

جامعة مؤتة
عمادة الدراسات العليا

اتجاهات العاملين والعملاء لجودة الخدمة المدركة في شركة الاتصالات السعودية في المنطقة الشمالية (تبوك)

إعداد الطالب
فهد مشهور العنزي

إشراف
الدكتور سامر عبد المجيد البشابشه

رسالة مقدمة إلى عمادة الدراسات العليـــا
استكمالاً لمتطلّبات الحصول على درجـــة
الماجستير في الإدارة العامة قسم الإدارة العامة

جامعة مؤتة، 2007م

الإهداء

إلى عنوان الوفاء والصفاء وبلسم الشفاء والدي ووالدتي والى رفيقة دربي التي أعانتني بعد ا في تحقيق جزء من أهدافي العلمية والعملية والى أصدقائي الأوفياء الذين آزروني وشجعوني نحو تحقيق أحلامي .

إلى كل من عرفت في هذا البلد الكبير بأبنائه السخي بعطائه ..أردن العلم والخير والعزة، اهدي هذا المجهود البسيط، راجيا أن يحقق المبتغى الذي وجد من اجله.

فهد مشهور العنزي

الشكر والتقدير

الشكر لرب العزة والجلال، الذي سهل طريقي إلى العلم واسأله الزيادة في كل خير، ولأستاذي الفاضل في مؤتة الشموخ، الدكتور / سامر البشابشه، جزيل الشكر ووافر التقدير والاحترام، لما شملني به من توجيه ورعاية كريمة، بإشـرافه علـى رسالتي. جزاه ا عني كل خير، وللأساتذة الكرام أعضاء لجنـة المناقـشة كامـل شكري وامتناني، لتكرمهم بإثراء الرسالة بفيض خبراتهم العلمية والمعرفية، والشكر موصول لكلية إدارة الأعمال، عمادة وأساتذة أجلاء وإداريين لما لمسته من طيـب وحسن معاملة، ولكل من زاملت من أخوات عزيزات أو إخـوان أعـزاء، وعلـى المحبة النقية دائما ملتقانا، وآخر دعوانا أن الحمد رب العالمين .

فهد مشهور العنزي

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
الإهداء	أ
الشكر والتقدير	ب
فهرس المحتويات	ج
قائمة الجداول	هـ
قائمة الأشكال	ح
قائمة الملاحق	ط
الملخص باللغة العربية	ي
الملخص باللغة الإنجليزية	ك
الفصل الأول : خلفية الدراسة ومشكلتها	1
1.1 المقدمة	1
2.1 مشكلة الدراسة	2
3.1 أهمية الدراسة	3
4.1 أهداف الدراسة	4
5.1 أسئلة الدراسة	5
6.1 فرضيات الدراسة	5
الفصل الثاني : الإطار النظري والدراسات السابقة	7
2.1 الإطار النظري	7
2.2 معنى الخدمة والجودة	7
1.2.2 معنى الخدمة	7
2.2.2 جودة الخدمة المدركة	8
3.2 مفهوم جودة الخدمة	9
4.2 فعالية منظمات الخدمة	11
5.2 مقاييس جودة الخدمات	12

6.2 انتقادات السيرفكوال 17
7.2 الإدارة المتميزة وجودة الخدمة 19
8.2 ثقة العملاء 20
9.2 تشكيل فرق العمل لتحسين جودة الخدمة 22
10.2 إستراتيجية تحسين جودة الخدمة الأبعاد والخصائص 23
11.2 الاتجاهات 25
12.2 الدراسات السابقة 28
13.2 حدود الدراسة 44

الفصل الثالث : المنهجية والتصميم..

3. 1 منهجية الدراسة... 45
2.3 مجتمع الدراسة 45
3.3 عينة الدراسة 45
4.3 أداة الدراسة 49
5.3 صدق أداة الدراسة 50
6.3 ثبات أداة الدراسة 50
7.3 المعالجة الإحصائية 51
8.3 التعريفات الإجرائية 51

الفصل الرابع : عرض النتائج ....

1.4 الإجابة على أسئلة الدارسة 54
2.4 اختبار فرضيات الدارسة 62
3.4 مناقشة النتائج 80

الفصل الخامس: الخاتمة والمناقشة والتوصيات ....

1.5 الخاتمة 86
2.5 التوصيات 87

المراجع 89
الملاحق 98

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	يوضح معايير جودة الخدمة طبقاً للدراسات المختلفة بهذا الشأن	15
2	وصف خصائص عينة العاملين	46
3	وصف خصائص عينة العملاء	48
4	متغيرات الدراسة وأرقام الفقرات التي تقيسها	50
5	قيمة معامل الثبات (الاتساق الداخلي) لكل متغير من متغيرات الدراسة	50
6	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحـوثين شـركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الدليل المادي الملموس	54
7	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحـوثين شـركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الاعتمادية	55
8	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحـوثين شـركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو قوة الاستجابة	57
9	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحـوثين شـركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الأمان والثقة	58
10	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحـوثين شـركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو التعاطفية	60
11	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحـوثين شـركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو خصائص الشركة	61
12	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (T) لأبعـاد الجـودة المدركة وجهة نظر العملاء، العاملين.	62
13	نتائج تحليل التباين المتعدد لإدراك عملاء شركة الاتـصالات الـسعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة المدركة تبعاً لمتغيرات(النوع الاجتمـاعي، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، الحالة الاجتماعية)	64

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
14	نتائج تحليل التباين الأحادي لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة المدركة تبعاً لمتغير "النوع الاجتماعي	65
15	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدليل المادي الملموس، التعاطفية، الاعتمادية، قوة الاستجابة، الأمان والثقة تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي	66
16	نتائج تحليل التباين الأحادي لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة المدركة تبعاً لمتغير "المؤهل العلمي"	67
17	نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو الدليل المادي الملموس حسب متغير المؤهل العلمي	68
18	نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو الاعتمادية حسب متغير المؤهل العلمي	69
19	نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو قوة الاستجابة حسب متغير المؤهل العلمي	70
20	نتائج تحليل التباين المتعدد لإدراك العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة المدركة تبعاً لمتغيرات(الخبرة، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، الحالة الاجتماعية)	71
21	نتائج تحليل التباين الأحادي لإدراك العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة المدركة تبعاً لمتغير "العمر"	73
22	نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو الدليل المادي الملموس تبعاً لمتغير العمر	73
23	نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو الاعتمادية تبعاً لمتغير العمر	74

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
24	نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بـين المتوسـطات الحـسابية لتصورات المبحوثين نحو التعاطفية تبعاً لمتغير العمر	75
25	نتائج تحليل التباين الأحادي لإدراك العاملين شركة الاتصالات الـسعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة المدركة تبعاً لمتغير "المؤهل العلمي"	76
26	نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بـين المتوسـطات الحـسابية لتصورات المبحوثين نحو الدليل المادي الملموس حسب متغيـر المؤهـل العلمي	76
27	نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بـين المتوسـطات الحـسابية لتصورات المبحوثين نحو الاعتمادية حسب متغير المؤهل العلمي	77
28	نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بـين المتوسـطات الحـسابية لتصورات المبحوثين نحو التعاطفية حسب متغير المؤهل العلمي	78
29	يوضح معامل الارتباط بين أبعاد الجودة المدركة وعلى مقياسي الدراسـة Servperf و Servqual	79
30	يوضح اختبار كروسكال والس(Kruskall Wallas) للعلاقة بين أبعـاد الجودة على مقياسي الدراسة	80

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
1	نموذج SERVQUAL لقياس جودة الخدمة	16
2	يوضح فجوات جودة الخدمة	17

قائمة الملاحق

رمز الملحق	عنوان الملحق	رقم الصفحة
أ	استبانة الدراسة	98

الملخص

اتجاهات العاملين والعملاء لجودة الخدمة المدركة في شركة الاتصالات السعودية في المنطقة الشمالية(تبوك)

فهد مشهور العنزي

جامعة مؤتة، 2007

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات العملاء والعاملين في شركة الاتصالات السعودية نحو جودة الخدمة المدركة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم وتطوير استبانه لغرض جمع البيانات، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية تناسبية من العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك بلغ تعدادها(275) موظفاً، وتم اختيار عينة عشوائية تناسبية طبقية من عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك بلغ تعدادها(441) مفردة، وبما يشكل نسبة(0.01%) من عملاء شركة الاتصالات السعودية، واستخدمت مجموعة من الأساليب الإحصائية مثل تحليل التباين المتعدد، كروسكال والس، وبعض الأساليب الإحصائية الوصفية مثل الوسط والانحراف المعياري. وتوصلت الدراسة إلى نتائج كان من أهمها:

1. أن مستوى إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك لأبعاد جودة الخدمة المدركة أعلى من إدراك العملاء.

2. أن هنالك فروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير (النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي). وأن هنالك فروق في إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير الخبرة، العمر، المؤهل العلمي.

3. وجود علاقة ارتباطيه بين أبعاد جودة الخدمة المدركة على مقياسي الدراسة، وأن القيم الارتباطية على مقياس Servperf هي أقوى من تلك التي على مقياس Servqual.

وتوصي الدراسة بضرورة أن تولي شركة الاتصالات السعودية أهمية للعميل، إذ أن أهمية أن تدرك الشركة بأن العميل هو الذي يحدد الجودة ويعرفها وبالتالي لا بد من أن يتم تقديم الخدمات وفق طلبات وحاجات العملاء وتوقعاتهم. ولا بد من التعامل معهم باحترام في تلبية مطالبهم.

Abstract

Attitudes of the Customer and Employees in Saudi Communications Company about the perceived quality of service

Fahed . M. Al Anezey

Mutah University, 2007

This study aimed at identifying the attitudes of the customers and employees of the Saudi Communication Company toward the perceived quality of service. To achieve the goals of the study and test its hypothesis, a questionnaire was developed and distributed to a stratified random sample of workers at the Saudi Communications Company Tabuk Region (275)employees, and a stratified random sample of customers of the Saudi Communications Company Tabuk (441) respondents, which represents a percentage (0.01%) of total population customers of Saudi Communications Company. SPSS was utilized for the statistical analysis of the study. The researcher has found the main following results:

1. The level of workers' awareness to quality of services was higher than the customers' perception in the Saudi Communications Company at Tabuk region.
2. There were differences in clients' perception of the Saudi Communications Company in Tabuk region regarding the dimensions of the perceived quality variable depending on the (type of social and scientific qualification). Although there were differences in workers' perception in the Saudi Communications Company in Tabuk region regarding the dimensions of quality according to the variables of experience, age and scientific qualification.
3. A relationship between the dimensions of perceived service quality for both measurements of the study. The measurement values of Relational Servperf are stronger than those of Servqual.

The study emphasized on the need for the Saudi Communications Company to reconsider and focus on the perceptions of the role of the client, since the company is aware of the importance of the customer who determines the quality and knows it. The company must align its services with customers' needs and expectations.

الفصل الأول
خلفية الدراسة ومشكلتها

1. 1 مقدمة:

برزت إدارة الجودة Quality management خلال السنوات الماضية خاصة في مجال التصنيع في القطاع الخاص وبدأ تأثيرها يتزايد في منظمات الخدمة في ذلك القطاع حيث ظهر التخطيط لجذب المستهلكين والاحتفاظ بهم من خلال برامج مصممة لجعل الولاء للمنظمة أحد أهم الاتجاهات التسويقية انتشاراً إبان العقد الأخير من القرن الماضي. وإن كانت جذور هذا الاتجاه تعود إلى مفهوم خدمة المستهلك الذي تبلور خلال القرن التاسع عشر . وظهرت منظمات في القطاع العام تبنت مبادئ إدارة الجودة بضمنها منظور التوجه نحو خدمة المستهلك Consumer-oriented واستخدام رقابة الجودة، والسعي لضمان المساواة Equality. وقد حدث تحول كبير في عمل هذه المنظمات التي كانت في الماضي أكثر ارتباطاً بالقرارات الحكومية والسلطة، وأصبحت الآن أكثر رغبة للتعامل مع صناعة الخدمة. كما أصبح ينظر الآن إلى الجودة بأنها مدخل يعد أفضل للمنظمات العامة من(البيروقراطية)، كما هي أفضل للمنظمات الخاصة من (التايلورية) التي سادت في الحقب الماضية سواء كان ذلك في مجالات التصنيع أوتقديم الخدمات.

تحتل الجودة Quality أهمية متميزة في الفلسفة الإدارية المعاصرة للشركات المحلية والعالمية خاصة في ظل التطورات الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية التي يشهدها عالمنا الحالي، واحتدام حدة المنافسة على الأسواق والموارد بمكوناتها المتعددة سواء أكانت مادية أم مالية أم بشرية مما يتطلب امتلاك رؤية وفلسفة شمولية قادرة على مواجهة التحديات البيئية الحالية والمستقبلية، وزيادة قدراتها الذاتية في التكيف والموائمة مع المتغيرات الحاسمة في البيئة التنافسية .

وتعتبر شركة الاتصالات السعودية أول الشركات المقدمة لخدمـة الاتـصالات بأنواعها فـي المملكة، وقد تـم تأسيسها فـي عام 1998 بناء علـى المرسـوم الملكـي الكريـم رقـم 135 وتاريـخ 1418/8/15هـ القاضـي بتخـصيص مرفق الاتصالات السعودي وذلك لمواكبة التطور الحاصل في هذا المجال ومن أجل

أن تدار وفق أسس تجارية ، وفي نهاية عام 2002 م تم الإعلان عن طرح الاكتتاب في 30% من أسهم الشركة في سوق الأسهم السعودي وأصبح سهم الاتصالات من الأسهم القيادية في السوق السعودي للأسهم لثقة المستثمر بأداء الشركة . ويعمل فيها أكثر من (22.000) موظف أكثر من 86% منهم سعوديين وهذا يضاف إلى تميزها في التقليل من البطالة الموجودة في المملكة ، والبحث عن فرص استثمارية خارجية منتقاة لتوسيع دائرة أرباحها ، وتعتبر شركة الاتصالات السعودية ثاني أكبر شـركة في المملكة العربية السعودية ، وقد حصلت عـام 2005 م علـى أفـضل شـركة اتصالات في العالم العربي وتعد ضمن أكبر (20) مشغل خدمات اتصالات في العالم من حيث الإيرادات ، وضمن قائمة أكبر (15) مشغل خدمات اتصالات من حيـث الربحية عوضاً على احتلالها المركز (87) في تصنيف أكبر (500) شركة عالميـة من حيث القيمة السوقية ، وحسب التقرير فإن الناتج المحلي الإجمالي للسعودية بلغ (314.2) مليار دولار العام الحالي 2006 وحققت شـركة الاتـصالات الـسعودية صافي دخل قدره (12799) مليون ريال للسنة المنتهية فـي 31 ديـسمبر 2006م، وبذلك تكون نسبة الاتصالات ما يقارب 4% من الناتج المحلي الإجمالي(التقـارير السنوية لشركة الاتصالات السعودية، 2006).

وبما أن استخدام مقاييس متنوعة لجودة الخدمة في القطاع الخاص قد أصبح من المؤشرات الرئيسية للحكم على الأداء التنظيمي ولقياس رضا المستهلك، وله قبولاً واسعاً، فإن شركة الاتصالات السعودية قد أدركت الأهميـة الإسـتراتيجية لخدمـة المستهلك والجودة، لذا أصبح من القضايا الرئيسية لشركة الاتصالات السعودية هـو البحث عن مقاييس ملائمة لجودة الخدمة.

1. 2 مشكلة الدراسة:

تشهد المنظمات الخدمية في الوقت الحاضر، العديد من التغيرات من أبرزها الاعتماد المتزايد على التكنولوجيا المتطورة، وندرة الموارد الأساسية، وتزايد جـو المنافسة بين المنظمات، إضافة إلى التغير المتسارع في سـلوك الزبـائن المتلقـين للخدمة، وارتفاع مستوى حاجاتهم وتوقعاتهم ورغباتهم، وتحول السلع الكمالية إلـى

سلع أساسية في الحياة اليومية للعميل. الأمر الذي يـؤثر علـى فاعليتهـا وأدائهـا والحيلولة دون وصولها إلى درجة التميز المطلوب بلوغها في الأداء.

وتُعد شركة الاتصالات السعودية المزود الرئيسي لخدمات الاتـصالات إلـى المواطنين، ويتعرض هذا القطاع لضغوط كبيرة نتيجة الصعوبات المالية، والتغيرات التشريعية والاقتصادية، وانتقاد المعايير والآليات المستخدمة، وذلك جنباً إلى جنـب مع الضغوط الداخلية والرغبة المتزايدة في تحسين جودة الخدمة، مما رتـب علـى إدارة الشركة أعباء والتزامات كي تكون ناجحة بجـودة خـدماتها التـي ترضـي جمهورها (العملاء والعاملين) وعلى الرغم من أن الشركة تتبنى مبـادرات لجـودة الخدمة المدركة إلاّ أنها تفتقد إلى مقاييس معتمدة يمكن أن تستخدمها لقيـاس جـودة خدماتها وتستند فيها على مدركات المستفيدين (العملاء) و(العـاملين) معـاً لجـودة الخدمة. لذا تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: ما هـي اتجاهـات العمـلاء والعاملين في شركة الاتصالات السعودية نحو جودة الخدمة المدركة؟

1. 3 أهمية الدراسة :

لقد أصبحت الجودة وخدمة المستهلك من القضايا الرئيسية والحاسمة في فترة التسعينات من القرن الماضي لكل من منظمات القطاعين العام والخاص، ففي القطاع الخاص يضمن رضا وولاء المستهلك من خلال تقديم منتجات ذات جودة عالية وخدمات تعطي قيمة لنقوده، أما في القطاع العام فإن تحسين الجودة هو خطوة ضرورية تقود إلى تقديم فعال للخدمات بسبب أن التحديات البيئية التي تحتل فيها الخدمات العامة مكانةً لا يستهان بها كما أن النموذج التقليدي لتسليم الخدمات المتماثلة إلى مستهلكين -سلبيين- ليس لهم صوتاً أو أن تأثيرهم محدوداً لم يعد قائماً. لقد شهدت السنوات الأخيرة تغيرات رئيسية في إدارة القطاع العام وبأهمية مساوية لها ظهور روح(جودة الخدمة) من خلال(مبادئ إدارة الجودة) إذ أخذت بعض منظمات القطاع العام بإتباع استراتيجيات مختلفة لتحسين الجودة دون منظور كلي أو خطة متكاملة، فبدأ بعضها تطبيق حلقات الجودة Quality circles وطبقت في أخرى فرق المشروعProject teams وضمان الجودةQuality assurance.

وحيث إن قضية مستوى جودة الخدمات التي تقدمها شركة الاتصالات السعودية لم تحظ بالاهتمام الكافي أو الدراسة، يأتي هذا البحث ليؤكد بأن جودة الخدمات لم تعد مجرد شعار أو يافطة ترفع في واجهة المكاتب والإدارات إنما هي جزء لا يتجزأ من فلسفة التغيير التي بدأت تتبناها أغلب الدول والحكومات والمؤسسات في العالم ومنها الإدارة العربية التي هي بحاجة إلى تأصيل منهج فكري ونماذج تطبيقية تستفيد من تجارب الآخرين وتوظف معطيات الواقع في بناء تجارب وطنية لها خصوصيتها وتميزها في هذا المجال .

1. 4 أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات العملاء والعاملين في شركة الاتصالات السعودية نحو جودة الخدمة المدركة وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

1- الاستفادة من مقاييس جودة الخدمة المدركة في التعرف على توجهات المبحوثين (العاملين والعملاء) نحو جودة خدمات شركة الاتصالات السعودية.
2- تطبيق اختبار مقياسي SERVPERF و SERVQUAL في قياس جودة خدمات شركة الاتصالات السعودية كبيئة جديدة ومعرفة مدى مساهمة هذين المقياسين في تحديد أبعاد جودة الخدمة المدركة.
3- معرفة إن كانت هناك فروق إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المدركة على مقياسي الدراسة.
4- التعرف على الفروقات بين أبعاد جودة الخدمة المدركة على مقياسي الدراسة تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، الحالة الاجتماعية، والخبرة).
5- تقديم توصيات ومقترحات لأصحاب القرار ، تهدف إلى توضيح مفهوم جودة الخدمة المدركة في شركة الاتصالات السعودية.

1. 5 أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤلات التالية:

السؤال الأول: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الدليل المادي الملموس كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة ؟

السؤال الثاني: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الاعتمادية كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة؟

السؤال الثالث: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو قوة الاستجابة كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة؟

السؤال الرابع: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الأمان والثقة كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة؟

السؤال الخامس: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو التعاطفية كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة؟

السؤال السادس: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو خصائص الشركة كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة؟

1. 6 فرضيات الدراسة :

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تمت صياغة الفرضيات الآتية :

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المدركة من وجهة نظر العملاء والعاملين.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المدركة من وجهة نظر العملاء تعزى للمتغيرات الديموغرافية(النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، الحالة الاجتماعية).

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المدركة من وجهة نظر العاملين تعزى للمتغيرات الديموغرافية(الخبرة، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، الحالة الاجتماعية).

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة ارتباطيه بين أبعاد جودة الخدمة المدركة من وجهة نظر العملاء و العاملين.

الفصل الثاني
الإطار النظري والدراسات السابقة

2. 1 الإطار النظري

زاد اهتمام المنظمات الحديثة (سواء كانت خدمية أو سلعية، حكومية أو خاصة، ربحية أو غير ربحية) في الوقت الحاضر برضى العملاء، وأصبح مقياس نجاح المنظمات بعد انتشار مفاهيم الجودة الشاملة وانتشار الوعي لدى المواطنين، فأخذت تركز على تحقيق رغبات العملاء وإشباعها بأفضل الطرق. إن الرضى أو عدم الرضى يعد من العوامل المهمة والمؤثرة في تقييم أداء وجودة الخدمة المدركة.

يعرف الرضى بأنه مستوى إحساس العميل الناتج عن المقارنة بين أداء الخدمة المدركة وبين توقعات العميل (الصحن، 1998) ويعرف (Sureshchander, et.al,2002) الرضى: بأنه الفرق بين المقدار الفعلي لما يحصل عليه الفرد والمقدار الذي يرغب في الحصول عليه. ويمكن قياسه من خلال مقارنة توقعات العملاء مع الأداء الفعلي للخدمة المقدمة (Cormin et al., 1992).

ومن العوامل التي تؤثر في رضى العملاء الخصائص الديمغرافية للعملاء وصفاتهم والخصائص المؤثرة بالخدمة وأساليب توزيع الخدمات (Mowen, 1995).

وحتى تحقق المنظمات رضى العملاء، أصبحت تركز على بعض الجوانب المهمة التي منها الأداء الفعال والجودة الشاملة لخدماتها والكفاءة الإدارية والفنية العالية وأساليب الترويج ومشاركة العملاء في تحديد مواصفات الخدمة.

2. 2 معنى الخدمة وجودة الخدمة المدركة :

2. 2 . 1 معنى الخدمة:

الخدمة هي نشاط أو عمل ينجز من أجل غرض معين . وقد يكون هذا النشاط استشارة طبية أو محاضرة أو حل مشكلة فنية في الإنتاج أو عملاً محاسبياً أو صيانة لآلة... الخ، لذا فإن الخدمة نشاط معنوي أو سلعة متغايرة وغير نمطية في

الغالب ولأنها تنتَج وتستهلك في نفس الوقت وتتطلب تفاعلاً واتصالاً بالعمل، وإن ملكيتها لا تتغير ولا تنتقل، ولا يمكن إعادة بيعها ولا تخزن ولكن نظام تقديم الخدمة يمكن أن ينقل أو يصدر، وتتصف الخدمة المميزة بالخصائص التالية:(نجم، 1997)

1- عدم قابلية اللمس: إنها غير ملموسة، وهذا يعني أن مقدم الخدمة في أكثر الأحيان ينتج منافع ترتبط بالخدمة أو المهارة أو الاختصاص والكفاءة .. الخ.
2- عدم قابلية الفصل: في حالات كثيرة لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها في التقديم أو البيع.
3- قابلية التلاشي أو الفناء: الخدمات قابلة للتلاشي والزوال فور تقديمها أو بعد فترة معينة ولا يمكن خزنها.
4- تغاير الخواص: إن التوحيد القياسي صعب التحقيق في الخدمات فليس هناك خدمتان متشابهتان.
5- الاتصال بالعميل: إن أغلب الخدمات تتطلب لتقديمها حضور العميل وتدخله في أحيان كثيرة في طلب الخدمة وهذا يجعل من غير الممكن أحياناً تقديم نمط متماثل من الخدمات.

2. 2 . 2 جودة الخدمة المدركة:

تنامى الاهتمام مؤخراً في البيئة الغربية بموضوع جودة الخدمة المدركة المقدمة للمستفيدين أو المنتفعين، وأدى ذلك إلى اهتمام إدارة المنظمات بتطوير أساليب علمية لجمع المعلومات الخاصة بحاجات المستفيدين، ومعالجتها بهدف رفع مستوى الخدمات المقدمة لهم أو تحسين قدرتها على الاستجابة لحاجاتهم.

وحين تهتم المنظمات برضى متلقي الخدمة وجودة الخدمة، فإنما هي تدرك جيداً أهمية الرضى، وأنه قد اعتبر من قبل المديرين في شركات أمريكية عنصراً مهماً للغاية. كما تدرك أهمية العلاقة المتوقع وجودها بين جودة الخدمة وربحيتها (Bernhar , et al ., 2000) وبين رضى المستفيدين وربحيتها (Santos, 2003) وبين رضى المستهلكين ونزعته في الحصول على الخدمة وتكرار الخدمة وإغراء

الآخرين من المستفيدين المحتملين من زملاء ومعارف وأقارب بالحصول عليها (Loudon and Della, 1993) من خلال التأثير الاجتماعي الذي يحدثونه في أرائهم واتجاهاتهم، وما يترتب على ذلك من آثار بعيدة المدى على مبيعات المنظمة.

وفي هذا الإطار يمكن القول أن رغبة المنظمة (أية منظمة) في تحقيق مركز تنافسي أفضل في السوق وإدراكها للعلاقة بين الجودة وحصتها السوقية (Hellofs and Jacobson , 1999) تبرر القيام بدراسة للتعرف على مستوى ادارك العملاء لجودة الخدمة المقترحة لهم، ومن هنا يصبح الاهتمام بقياس مدى إدراك العملاء لجودة الخدمات التي تقدمها المنظمة أمراً حيوياً، فهو يمدها بقاعدة من المعلومات يمكن استخدامها في التنبؤ بالسلوك الاستهلاكي للعملاء، وبناء استراتيجيات تسويقية تنسجم مع التغير المستمر في اتجاهات المستهلكين (سليمان، 2002).

2. 3 مفهوم جودة الخدمة:

وردت تعريفات متعددة للجودة، تشير إلى أن الجودة ترادف مصطلحات مثل : درجة التميز، وطبيعة العلاقة، النوع أو الخاصية. والجودة كمفهوم ليس مطلقاً، إذ أنها تعني أشياء مختلفة لأناس مختلفين. وارتبط مفهوم الجودة بمصطلحات أخرى مثل الحاجة، والتي نالت كثيراً من الجدل المفاهيمي بين الباحثين(Rod, et.al, 2002) ويعرفهـا (العلاق، 2001) بأنها إرضاء لحاجات وتوقعات الزبائن وما يتبع ذلك من استقراريـة الخدمـات العامـة المتاحة لهـم. ووصفهـا(Murto, 1995) بأنها عبارة عن تناغم وانسجام الخدمات الاجتماعية المعروضة مع حاجات الزبائن، كما ارتبط مفهوم الجودة أيضاً بالتوقع، وعرفهـا (Bouckaert & Pollit, 1995) بأنها خط يقع بين توقعات مستخدمي الخدمة، وإدراكاتهم للخدمة الفعلية. (Anoop, 1994) وعرفت كذلك بأنها حكم على إدراك المستهلكين في كيفية مقابلة الخدمة لحاجاتهم، فجودة الخدمات هي التي تقابل الحاجات الحقيقية في الوقت (الصحيح) وفي الطرق (الصحيحة) .

وهناك ثلاثة عناصر رئيسية تدخل في اختبار جودة الخدمات وهي : (Anoop, 1994) المطابقة للهدف، درجة الاستجابة، المطابقة للمواصفات.

ويمكن أن تصنف الجودة حسب عناصرها الرئيسية في نظام يضمن الجودة إلى ثلاثة أنواع(Anoop, 1994):

جودة المستهلك: وتبين ما إذا كانت الخدمة تعطي المستهلكين ما يريدون، أي ماذا يريد المستهلك من الخدمة بشكل فردي أو جماعي وتقاس النتائج من خلال مستعملي الخدمة أنفسهم.

جودة مهنية: وتبين ما إذا كانت الخدمة تقابل حاجات المستهلك كما هي محددة من قبل المهنيين، وفيما إذا كانت الإجراءات المهنية والمعايير التي يعتقد بأنها تحقق النتائج المرغوبة تتم المحافظة والتأكيد عليها، وترتبط بالأسلوب والإجراءات الصحيحة لمقابلة حاجات المستهلكين.

جودة العملية أو الإدارة: وتشمل تصميم ، وتشغيل عملية الخدمة لاستعمال موارد في اكثر الطرق كفاءة ولمقابلة متطلبات المستهلك، أي أنها ترتبط بفعالية وإنتاجية استخدام الموارد لمتابعة تلك الحاجات والمتطلبات كما ربط بعض الباحثين (Aaltonen, 1999)، مفهوم الجودة إلى الأهداف فهي استمرارية وقابلية قياس ما يتم إحرازه من أهداف حددت مسبقاً وينظر إلى تحسين الجودة على أنها حلقة تبدأ بتعريف المشكلة ووضع للأهداف وقياس وتغيير.

وعند اقتران مفهوم الجودة بالخدمة العامة فإننا لا نلاحظ اختلافاً كبيراً عند الباحثين والكتاب، إذ يرى(Lucy, 1996) بأن الجودة مفهوم ينمو طبيعياً من القيم التي تؤسس فكرة جودة الخدمة العامة مثل العدالة والمساواة، ومستوى الاستجابة، لذا فإن من السهل الامتزاج مع مفاهيم الإدارة الجديدة للخدمات من أجل إعطاء القوة والسلطة الكافية للاقتراب من المستهلك.

نخلص مما سبق إلى القول بأن تعريفاً واحداً شاملاً للجودة غير ممكن، ولكن يمكن تصور الجودة على أنها مجموعة خصائص تختلف من خدمة إلى أخرى ، ومن الجدير ذكره أن تحديد الجودة ووضعها في التطبيق يستدعي بشكل فاعل المستهلكين والمواطنين إذ لهم الحكم النهائي، وكما لاحظنا فإن تعريفات الجودة تأخذ بالاعتبار الطبيعة المتفاعلة للخدمات العامة إذ لا يكفي تقديم مواصفات تقنية محددة، فالجودة المدركة للخدمة تختلف طبقاً إلى كيفية التسليم ، وأن الخدمة المعيارية ليست

بالضرورة أن ترضي أو تلبي حاجات كل فرد، مما تجعل من الجودة العالية مسألة ليست بسيطة، إن الجودة يمكن أن تعتبر مفهوماً ديمقراطياً إذ تسهم آراء المستخدمين، والمواطنين، وجماعات المصلحة بوجهات نظر مختلفة وواسعة استناداً إلى المصلحة العامة وعملاً بحق الجماعات في إسماع صوتها، فهي بمثابة المدى الذي يكون فيه تسليـم (الخدمات العامة يتلائم مع حاجات المستعملين والمستهلكين) (Nwabueze , 1998)

وبما أن الجودة هي مفهوم نسبي يعتمد على التقييم لحالة تبادل معينة في فترة زمنية محددة فأنها ترتبط بشكل وثيق بفكرة القيمة Value: حيث تتداخل الجودة والقيمة بشكل وثيق جداً في ذهن المستهلك - العميل - باعتباره الحكم النهائي على قيمة أيا عملية تبادل ، فالجودة والقيمة هي ما يراهما ويحددهما العميل الذي يقوم بعملية التقييم على أساس المقارنة مع جودة وقيمة الخدمات التي يقدمها الآخرون (المنافسون وغيرهم) (العلاق، 2001).

2. 4 فعالية منظمات الخدمة

ظلت الكفاءة الإنتاجية زمناً طويلاً مقياساً لفعالية المنظمات ، هذا المقياس الذي عنى أنه كلما زادت سيطرة المنظمة على العلاقة بين مدخلاتها ومخرجاتها كانت أكثر فعالية .

وحين تبين عدم قدرة هذا المفهوم في قياس فعالية المنظمات الخدمية تفتق الذهن للتعرف عليٍ مقاييس أخرى ، منها مقياس الرضى عن الخدمـة المقدمـة للعمـلاء (Ostrowski et.al,1993) ومقاييس استجابة المنظمة لحاجات ورغبات العمـلاء . وكان من مستلزمات استخدام مقياس الرضى استطلاع آراء متلقي الخدمة لمعرفـة مستوى رضاهم عن هذه الخدمة . وكذلك من مستلزمات استخدام مقياس الاسـتجابة استخدام سجلات المنظمة للحكم على مدى فعاليتها .

أن جودة الخدمة المدركة المقدمة المتوقعة من قبـل المـستفيد تعتبـر المحـدد الرئيسي لرضاه أو عدم رضاه. ولجودة الخدمة علاقة بعد من المتغيـرات تتمثـل في(Cronin&, Taylor, 1994):

(1) الدليل المادي الملموس للخدمة المتمثل في الآلات والمباني والتجهيـزات المستخدمة.

(2) قدرة المنظمة على إنجاز الخدمة التي تعهدت بتقديمها إلـى المـستفيدين بشكل دقيق وثابت، وتتمثل في هيكل المنظمة، وقواها العاملة، وسياستها، وأساليب وإجراءات العمل المتبعة.

(3) رغبة واستعداد ومهارات العاملين في تقديم الخدمة المناسبة للمستفيدين.

(4) حسن الضيافة والاستقبال من قبل العاملين ومستوى مهاراتهم في إقنـاع العملاء بالخدمة المقدمة وزرع الثقة في نفوسهم.

2. 5 مقاييس جودة الخدمات :

لقد أُقترحت مقاييس جودة الخدمة المدركة سعياً وراء تحسين مستوى الخدمات المقدمة للمستهلكين بما في ذلك الخدمات العامة وتعتمد بشكل أساسي على مسوح رضا المستهلك حيث تربط ادراكات المستهلكين لاستلام الخدمة وتوقع جودة الخدمة المدركة، وتكمن أهمية هذه المسوح في أنها بمثابة تغذية راجعة من المستهلكين وهي مفيدة جداً في تحديد ما إذا كانت صورة الخدمة بحاجة إلى تحسين أم لا(Latifa, and et.al, 2000).

إن توقعات المستهلكين تتحدد من خلال حاجاتهم الشخصية والخبرة السابقة لدى مقدمي الخدمة أنفسهم وكذلك من خلال الاتصالات الشفهية والخارجية التي يجريها مقدمي الخدمة وأخرين غيرهم، ولقد بنيت فكرة مقياس الجودة لـدى براسورمـــن (Parasuraman) وآخرون عام 1985على مسألة التعارض بين تلك التوقعات وبين ادراكات المستهلكين لجودة الخدمة.

إن هذه الفكرة يتلاءم تطبيقها مع خدمات القطاع العام ، حيث ستدرك جودة تلك الخدمات على أنها جودة (رديئة) إن لم تكن ملائمة لحاجات المستهلكين الشخصية، لذا فإن منظمات القطاع العام بحاجة إلى آليات معينة كي تحظى بالمعلومات المعبرة عن حاجات وتوقعات المستهلكين، ويكون للاتصالات الشفهية تأثير هام على تقدير المستهلكين لجودة تلك الخدمات وسواء كانت تلك الاتصالات

مع المستهلك كفرد أو بشكل تغذية راجعة من الأصدقاء أو الأقارب أو الجوار، كما أن للاتصالات الخارجية دور هام وتتم من قبل مقدمي الخدمة وكذلك من قبل الممثلين المنتخبين على المستويين المحلي والوطني ومن المؤسسات الحكومية، فضلاً عن البيئة المحيطة. (Wisniewski , & Donnelly, 1996)

لقد حدد كل من (Parasuraman, 1985، Berry Zeithmal) عشرة أبعاد رئيسية لقياس جودة الخدمة المدركة وهي:

Tangibles، الأشياء الملموسة

Reliability، الاعتمادية

Responsiveness، الاستجابة

Communication، الاتصال

Credibility، المصداقية

Security، الأمان

Competence، كفاءة

Courtesy، المجاملة

Understanding، الفهم

Access ، الوصول

وقام نفس الباحثين باختبار قابلية تطبيقها على خمسة خدمات هي:(Soliman and Alzaid, 2002) أعمال الإصلاح والصيانة، البيع بالتجزأة، خدمة الهاتف للمسافات البعيدة، سمسرة السندات، بطاقات الائتمان، وفي عام 1988 اختصرت الأبعاد العشرة إلى خمسة أبعاد موسعة لجودة الخدمة المدركة ويمكن تطبيقها في أية منظمة خدمية، وأطلـق عليـه نموذج جـودة الخدمة المدركة (SERVQUAL) وتضم: (Donnelly, et.al, 1995).

Tangibles: وضوح التسهيلات المادية، التجهيزات، الأشخاص، وأدوات الاتصال.

Reliability: القدرة على تنفيذ الخدمة المتعهد بها باعتمادية ودقة .

Responsiveness: درجة الاستجابة والرغبة لمساعدة المستهلكين وتقديم خدمة سريعة وملائمة بشكل عام.

Empathy: العناية والاهتمام وقدرة المنظمة على توجيه الانتباه وبذل الجهود لفهم حاجات المستهلك وتوفير ما يطلبه.

Assurance: كفاءة النظام ومصداقيته Credibility في تقديم خدمة لطيفة وآمنة.

وكان معهد كرانفيلد (Cranfield institute) سباقاً لاقتراح خمسة أبعاد للجودة ومن ناحية أخرى فقد أثبتت تلك الدراسات أنه على الرغم من النظر إلى الأبعاد الخمسة على أنها ضرورية، إلاّ أن الوزن النسبي لها يختلف من مستفيد إلى آخر ومن منظمة خدمية إلى أخرى، إلاّ أن البعد الخاص بالاعتمادية يظل في جميع الأحوال في المرتبة الأولى كأهم عنصر أو بعد يعكس جودة الخدمة المدركة بغض النظر عن طبيعة الصناعة (العلاق، 2001).

جدول رقم (1)

يوضح معايير جودة الخدمة المدركة طبقاً للدراسات المختلفة بهذا الشأن

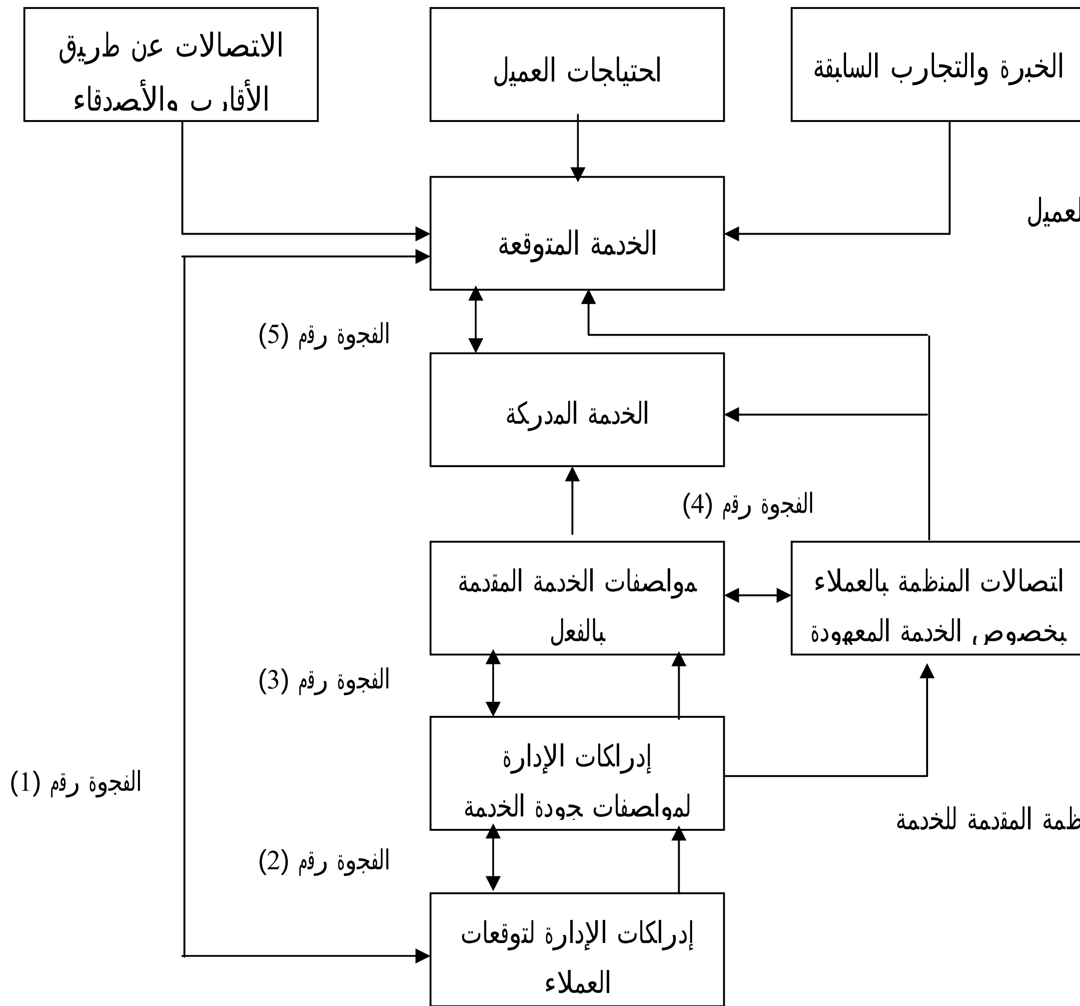
من وجهة نظر معهد كرانفيلد	دراسات براسورمن وزملاؤه Parasuraman, et .al (1985)	دراسات براسورمن وزملاؤه (parasuraman, et . al (1990)
المواصفات specification	الاعتمادية Reliability	الاعتمادية Reliability
التماثل Conformance	الاستجابة Responsiveness	الاستجابة Responsiveness
الاعتمادية Reliability	المنافسة Competence	الأشياء الملموسةTangibles
التسليم Delivery	الوصول للخدمة Access(مدى توفر الخدمة من حيث الزمان والمكان)	الضمان Assurance
القيمة Value		التعاطف مع العملاء وتقدير ظروفهم Empathy
	اللياقة والكياسة Courtesy	
	الاتصال Communication	
	المصداقية Credibility	
	السلامة والأمان Security	
	درجة فهم مورد الخدمة للمستفيد understanding	
	الأشياء الملموسة Tangibles	

المصدر:

Johnston, R. (1995), "The determinants of service quality: satisfiers and dissatisfiers", *International Journal of Service Industries Management*, Vol. 6 No.5, .

لقد كان الهدف الأساسي لتطوير سيرفكوال Servqual محاولة لتوفير أداة قياس للجودة يمكن استخدامها عبر نطاق واسع من الخدمات والصناعات، وطبق لفترة من الزمن في عدد محدود من منظمات القطاع الخاص من قبل:

(Candlin & Day , 1993)و (Bournat &Van der wele 1992) و(Bakakus & Boller , 1992)، كما طبق في عدد محدد من المنظمات غير الربحية من قبل(Bakakus & Mangold , 1992)، و(Vandamme & Leunis , 1993) ، و(Walbridge & Delene , 1993) ولقد استمرت في حقبة التسعينات من القرن الماضي تطورات أخرى لسيرفكوال في ضوء كل من النتائج التجريبية والمناقشات النظرية الأخرى، ويوضح شكل رقم (1) نموذج السيرفكوال.

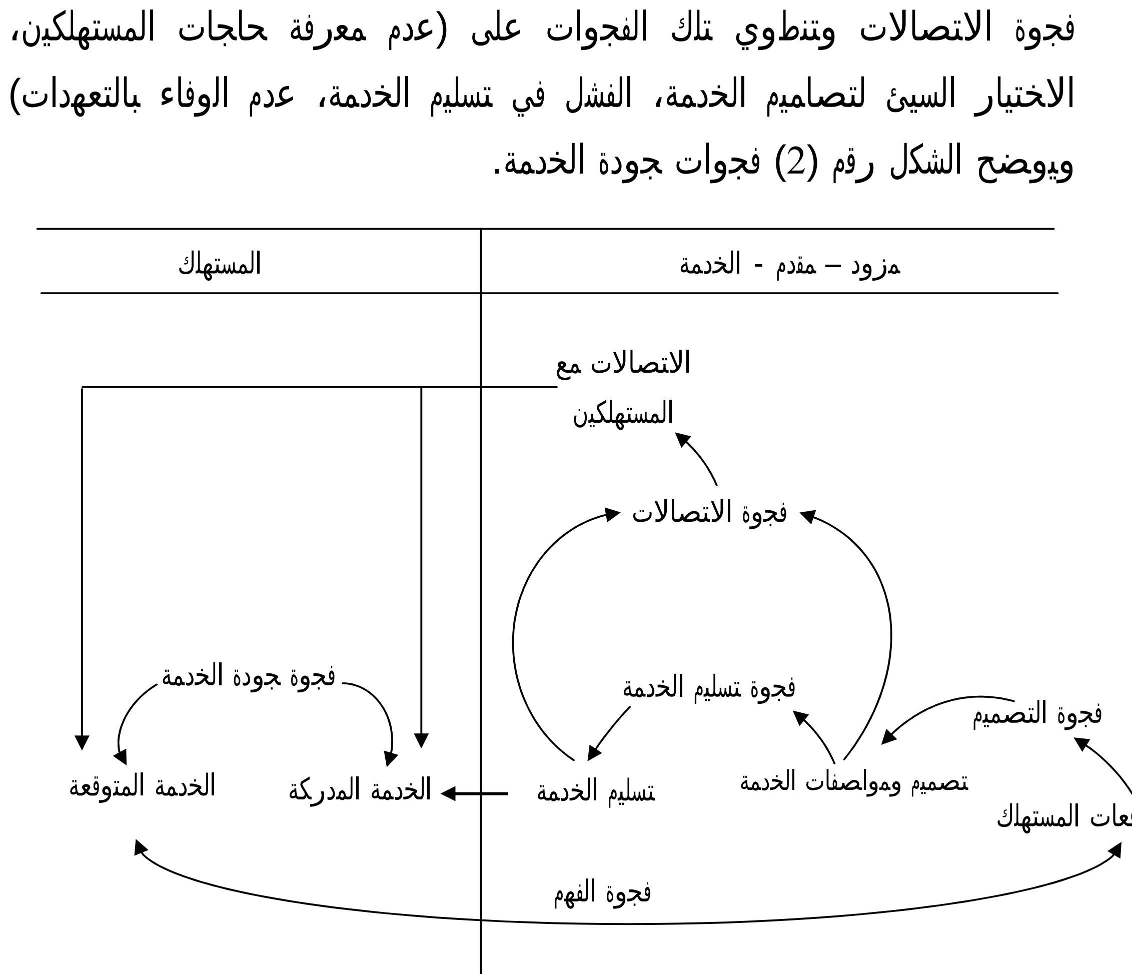


شكل رقم (1) نموذج SERVQUAL لقياس جودة الخدمة

المصدر: مخيمر عبد العزيز جميل وآخرون، (2000) ، قياس الأداء المؤسسي للأجهزة الحكومية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، ص : 183.

إن النموذج المذكور لا يوفر فقط إمكانية قياس آراء المستهلك عن جودة الخدمة المدركة إنما يوفر أيضاً أداة قياس لتوقعاتهم فيما يجب أن تكون عليه جودة الخدمة، وبالتالي يوفر إمكانية البحث في الفجوة Gap بين توقعات وادراكات المستهلك وتكمن الأهمية الإحصائية للفجوة بين توقعات وادراكات المستهلك في أي بعد لأن تكون نقطة بداية للبحث بكيفية تحسين جودة الخدمة المدركة. وتتمثل هذه الفجوات في فجوة جودة الخدمة، فجـوة الفهـم (الإدراك)، فجوة التصميم، فجوة التسليم،

فجوة الاتصالات وتنطوي تلك الفجوات على (عدم معرفة حاجات المستهلكين، الاختيار السيئ لتصاميم الخدمة، الفشل في تسليم الخدمة، عدم الوفاء بالتعهدات) ويوضح الشكل رقم (2) فجوات جودة الخدمة.



* Source: Mike Donnelly and et-al(1995), International J. of puplic Sector Mangment, Vol.6, No.7, P.20.

شكل رقم (2) يوضح فجوات جودة الخدمة المدركة (*)

2. 6 انتقادات لـ (السيرفكوال) :

برغم الدور الذي يلعبه هذا المقياس في تحديد جودة الخدمة المدركة، وشمول أبعاد المقياس على محورين أساسيين هما: الجوانب الفنية والتنظيمية المكونة لجودة الخدمة، والجوانب السلوكية المكملة لجودة الخدمة.

إلاّ أن بعض الباحثين حاولوا التشكيك في طريقة القياس الخاصة بالوصول إلى الفجوة بين توقعات الجمهور لجودة الخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي للخدمة التي يحصلون عليها(مخيمر وآخرون، 2000). لقد أجريت دراسة نقدية لمقياس سيرفكوال قام بهـا كارمان(Carman)، إذ استخدم الأبعاد العشرة الأصلية المطورة من قبل

على أربعة حالات خدمية، (Berry Zeithmal ،Parasuraman, 1985) واستنتج بأن هذه الأبعاد ليست عامة وشكك في إدارة كلا من استفتاءات الإدراك والتوقع معا .

لقد شكك باحثون آخرون في الجوانب المفاهيمية والتشغيلية لـ (سيرفكوال) أمثال(Cronin, & Taylor, 1994) واقترحا استخدام مقياس سيرفبـرف (SERVPERF) (مقياس الأداء الفعلي) كمقياس أفضل لجودة الخدمة المدركة، وقد اثبتا من خلال دراسة مسحية لأربعة أنواع من الخدمات بأن السيرفبرف كان الأفضل في اختبار التباين في جودة الخدمة والذي يعتمد في القياس على طريقة أكثر بساطة في قياس جودة الخدمة باستخدام اتجاهات الزبائن - المستهلكين - نحو الأداء الفعلي للخدمة المقدمة لهم .

كما أجرى (Teas, 1993) دراسة أخرى لاختبار الفجوة المفترضة بين إدراك المستهلكين وتوقعاتهم ووجد أن هناك نقصاً في الصدق التمييزي discriminate Validity، واتفق مع ما توصل إليه (Cronin, & Taylor, 1994) من أن استخدام الأداء المدرك كمقياس لجودة الخدمة يحقق اتفاقاً أفضل حول بناء وصدق المقياس.

يستنتج مما تقدم بأن الأدبيات الحالية حول جودة الخدمة المدركة توضـح نقطتين رئيسيتين هما (Soliman and Alzaid , 2002):

1- عدم قبول واضح بين الباحثين على طريقة قياس جودة الخدمة من وجهة نظر المستهلكين، وهذا دليل على عدم اتفاق الباحثين على تعريفات التوقعات، رضا المستهلك، جودة الخدمة، والعلاقات المتبادلة بين هذه المفاهيم .

2- وترتبط بـ(البعدية Dimensionality) و(العموميـة Generalizability) لمقياس سيرفكوال فالمقياس تنقصه قابلية قياس جودة الخدمة المدركة عموماً .

لذا ينبغي لكل قطاع خدمي تحديد أداة قياس خاصة به، وإن المفاضلة بين مقياس وآخر لن تكون أمراً حاسماً في اختبار نموذج لقياس جودة الخدمة .

2. 7 الإدارة المتميزة وجودة الخدمة

تتسم عادة المنظمة الخدمية ذات الإدارة المتميزة بتبنيها لعدد من المبادئ المتعلقة بالجودة (الصميدعي والعلاق، 2002) فهي:

1. تمتلك تصورات دقيقة وواقعية من عملاءها واحتياجاتهم الفعلية مما يجعلهم أكثر ولاء للخدمة.
2. دائبة البحث في كيفية أداء الخدمة بشكل أفضل.
3. تضع مواصفات لمستوى جودة الخدمة.
4. تتابع باستمرار أداء خدمتها وخدمات منافسيها وتستخدم عدداً من الآلات لقياس الأداء اعتماداً على أراء العملاء ومقترحاتهم وشكاواهم.
5. تسعى إلى رضاء العاملين والعملاء في آن معاً، إذ أنهـا بجانـب مـا تقدمـه لعملائها من خدمات تسعى إلى مكافأة العاملين عن الأداء المتميز.

وفي الإدارة التقليدية تقوم الإدارة العليا في المنظمات بدور تنفيذي أكثر بكثير من قيامها بالدور القيادي انطلاقاً من فرضية أن الإدارة العليا أكثر حرصاً على العمل ومعرفة به وبكيفية تطويره . لذلك يكون التطوير عبارة عن قرارات من قبل الإدارة العليا، أما في بيئة ادارة الجودة الشاملة فإن الإدارة العليا ستقوم بدور قيادي لتنسيق الجهود، وتوحيدها لتحقيق أهداف المنظمة ويكون التطوير والتنفيذ مهمة العاملين من خلال فرق عمل انطلاقاً من فرية مفادها أن الأفراد أكثر قدرة على تطوير وتحسين الأعمال التي يؤدونها، ولكي يتحقق النجاح المنشود لإدارة الجودة الشاملة ، يجب أن تلتزم الإدارة العليا بهذا المفهوم الحديث، ولضمان ذلك الالتزام وإقناع الآخرين به لا بد أن يبدأ التطبيق في قمة الهرم التنظيمي، ثم ينحدر للمستويات الدنيا وأن تلتزم القيادة الإدارية بدعم وتشجيع التغيير من الإدارة التقليدية إلى إدارة الجودة الشاملة.(الخاف، 1997 : 127).

كما وتقع على عاتق الإدارات العليا منح بعض صلاحياتها إلى العاملين في المستويات الإدارية المختلفة وإتاحة فرصة التجريب لكل ما هو جديد بغية تحسين تقديم وانتاج السلع والخدمات للمواطنين، وهذا بحد ذاته يتطلب من تلك الادارات ان تتبنى سياسة القرارات الصادرة عنها على فتح باب الاتصال داخل المنظمة

وخارجها اغتناما لفرص تحسين ادارة الجودة والتحديث ليكون أثرها إيجابياً على المنظمة(Jones & et.,al, 1996: 67).

ويرى(Augustus, et.al, 2006:541) إن تـشجيع الإدارة ومـساندتها وتأييـدها ودعمها للكفاءات، وتوفير جو من العلاقات الصريحة المتبادلة التي تحفز العـاملين وتشجعهم على تقديم أفكارهم ومقترحاتهم وآرائهم لضمان تحقيق النجاح المنـشود لتطبيق إدارة الجودة الشاملة، والذي يضفي إحساسا لدى العـاملين بـأهميتهم فـي التنظيم ويزيد من ثقتهم بأنفسهم وبالمنظمة التي يعملون بها.

2. 8 ثقة العملاء :

إن معرفة العملاء، وتحديد احتياجاتهم، ومحاولة إرضائهم بتقديم الخدمات التـي تطابق أو تفوق توقعاتهم، تعد أحد المحاور الرئيسية لنظريـة التحـسين المـستمر، والعملاء في المنظمات هو جميع المستفيدين من خـدمات المنظمـة فـي الـداخل والخارج لذلك فإن هناك فائدة كبيرة من التعرف على احتياجات العملاء في الخارج والداخل، ويعد فهم هذه الاحتياجات أساساً لتحسين الخدمة المقدمة، كما أن تحـسين العلاقة مع العملاء في الداخل ينعكس ايجاباً على العملاء في الخـارج (الأحمـدي، 2006 : 416).

ويرى(Victoria & Yvan, 2006:256) أن العميل ليس فقط العملاء الخارجين للمنظمة والتي يكرس كافة العاملين وقتهم وجهدهم من أجل تحفيزهم لشراء منتجاتها سواء في صورة سلعة أو خدمة. ولكن لفظ عميل يمتد ليشمل هنا أيـضاً العمـلاء الداخليين وهم الوحدات التنظيمية داخل المنظمة سواء كـانوا أقـساماً أو أدوات أو أفراد، فالإدارات والأقسام داخل المنظمة ينظر إليها على أنها مورد وعميل في نفس الوقت فالقسم الذي يؤدي مهمة ما هو عميل للقسم الذي يسبقه وهو أيضاً مورد للقسم الذي يليه.

ويؤكد (Vouzas , &. Psychogios, 2007) أن المنظمات تسعى دائمـا إلـى ان تكسب رضا العملاء وولائهم للمنتج او الخدمة التي تقدمها المنظمة لذلك يتم تصميم هذه الخدمات والمنتجات وفق معلومات وبيانات يتم جمعها مـن العمـلاء بطـرق

مختلفة، وبشكل دوري عن جودة الخدمات والمنتجات ومدى رضا العمـلاء عنهـا، وكيفية تطويرها لتتلائم مع اذواق ورغبات العملاء.

وضع الخطط بصورة مستمرة لتحسين مستوى الخدمة .

يعتبر التخطيط الناجح من أهم الركائز التي تـساعد علـى بقـاء واسـتمرارية التنظيمات وذلك من خلال عمليات التنبؤ للمستقبل، ووضع التقديرات والاحتمـالات بناء على أسس علمية واتخاذ القرارات الرشيدة . لذلك لا بد من التخطيط المـستمر لتحسين جودة ونوعية الخدمات المقدمة.(العواملة، 1995) .

يلعب التخطيط بكافة أمديته القصيرة والمتوسطة والطويلة الأجل، دوراً بارزاً في تحسين مستوى الخدمة، فهو دعامة أساسية في هذه المنهجية ومعين لها في التصدي للمستقبل وما يتنفه من غموض ومفاجآت ، فالتخطيط في أمديته المتكاملة لا يتـرك شيئاً للتخمين، فكل أمر سواء كان صغيراً أم كبيراً، خاضع للدراسـة والتخطـيط، ويحتاج إلى تخطيط استراتيجي متكامل محكم وبدرجة عالية من الدقة فيـه . (Al-Marri, et.al , 2007) .

ويرى(Eagle,& Brennan, 2007) أن وضع الخطط يتضمن التركيز على نواحي داخلية مثل مجالات العمل الممكن المنافسة بها، والتعرف على نقاط القوة والضعف، وكذلك التطلعات المستقبلية لتحقيق الأهداف ونواحي خارجية، مثل دراسته المستهلك من الناحية النفسية، والبيئة الاقتصادية والاجتماعية وحتى تستطيع المؤسسة انتهـاج طريق التخطيط فلا بد من اتباع الخطوات التالية:

1. تهيئة المرحلة. وتشمل هذه الخطوة تغيير الثقافـة البيئـة، واشـراك العـاملين واعطائهم المسؤولية والسلطة(Robinson,1999) .
2. تطوير رسالة المؤسسة يجب بيان رسالة المؤسسة وبشكل مختصر ويمكـن أن تبرز هذه الرسالة مجال عمل المؤسسة، وحجم التوسع المطلوب(Scharitzer and et.al, 2000) .
3. تشخيص المشاكل الحرجة التي تواجه المؤسسة وتدريجها حسب الأهمية وذلـك بالاستعانة بآراء الأشخاص من داخل المؤسسة وخارجها(Banker, et al, 1997).

4. تطوير الاستراتيجية، كتحديد الخدمات المراد تطويرها، واحتياجات العملاء المستقبلية(Kreitner et al, 2003).
5. أهداف طويلة الأجل . ويجب أن تتوافق مع بيان الرؤية المستقبلية للمؤسسة.
6. دمج الأهداف ويجب أن تكون الأهداف تدعم توجهات بعضها البعض(Shomsul, 2001) .
7. المقترحات والتنبؤات المالية. إعداد بيان الدخل. الميزانية، استثمار راس المال المتوقع وتحديد المشكلات المالية .
8. إيجاز وتقديم، وهنا يجب نقل التخطيط من الإدارة العليا المجالس الجودة بهدف نقله إلى المستوى التنفيذي.

2. 9 تشكيل فرق العمل لتحسين جودة الخدمة:

يعد تشكيل فرق العمل داخل المنظمات الإدارية أحد متطلبات تحسين جودة الخدمة الهادفة إلى حل المشكلات وإيجاد الحلول وذلك باستخدام ما يعرف بفريق العمل، فجودة الخدمة تتطلب من الإدارة العليا ضرورة العمل على تكوين فريق عمل من الأفراد الذين لديهم المهارات والتقديرات اللازمة لمعالجة المشاكل وذلك بهدف تحسين نوعية وجودة الخدمات السلع المقدمة (كوهين، براند، 1997: 119).

ويرى(Kreitner et al, 2003) أن مفهوم فريق العمل هو أكثر من مجرد مجموعة ففريق العمل يتمتع بمهارات متكاملة، وملتزم بتحقيق هدف مشترك، وأهداف للأداء ومسئوليتهم مسؤولية جماعية ولهم سلطة في اتخاذ القرارات التنفيذية بينما مفهوم الجماعة لا يتمتع بهذه الميزات التي يمتاز بها الفريق.

بينما ركز(Benders, et al, 2001) على الجانب التقني والإنتاجي لفرق العمل فذكر أن 72% من المنظمات المبنية على الفرق ذكرت أن دافعيتها للعمل الجماعي هو تحسين الإنتاجية، وجودة المنتج، ومواجهة تقلبات الأسواق السريعة، وقدرتها على العمل بشكل فعال في بيئات العمل المتقلبة، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فهي تلبي حاجات أساسية إنسانية مثل الدمج الاجتماعي، وانسجامها مع الطبيعة البشرية التعاونية.

وركز(أفندي، 2003) على الجانب السلوكي والتنظيمي لأهمية الفـرق مـن خلال قدرتها على التقليل من الشعور بالوحدة والتركيز على الهدف، وتزيـد مـن إحساس العاملين بالهوية والانتماء والفخر بأدائهم الجمـاعي، وخلـق بيئـة عاليـة للتحفيز، واستجابة أسرع للمتغيرات التكنولوجية، وتقليل الاعتماد علـى الوصـف الوظيفي، وتفويض فعال للمهام مع زيادة ودقة في الأداء، وتحسين مستوى القرارات وفعالية الاتصالات وتطوير المهارات .

وبين (Banker, et al, 1997) في دراسة أجراها بعنوان تطبيق فرق العمـل ومسارات جودة الإنتاج على أهمية فرق العمل في زيادة الفاعلية لدى المنظمة من خلال أن فرق العمل تشكل شكلا مؤسسياً من المشاركة يرتبط أساسـا مـع دوائـر الجودة، بوصفها آلية تنظيمية تسهل من عملية مشاركة العاملين في تحسين الجودة، وكذلك حل المشكلات، وفض النزاعات لما تمتع به هذه الفرق من مرونـة عاليـة، واتصالات مفتوحة، ومهارات عالية .

في حين ركز (عبد الفتاح، 2000)على أهمية بناء الفرق حيث إنها تـساهم في رفع الأداء، وتحقيق الأهداف بشكل فاعل وذلك من خلال توحيد الجهود الفردية وجمعها ضمن دائرة العمل الواحد باتجاه تحقيق الهدف المطلوب في ضوء التنسيق و التوجيه والقيادة بعيداً عن التناحر والتقارب في السعي والجهد والأداء، وهذا يجسد ما يسمى بروح الفريق بوصفه مبدأً محققاً للنجاح في العمل الإداري.

2. 10 إستراتيجية تحسين جودة الخدمة: الأبعاد والخصائص

يعتبر تحسين الجودة خطوة ضرورية نحو تسليم فعال للخدمات بسبب التحديات البيئية التي تواجه تقديم الخدمات، لقد شهدت السنوات الأخيرة تغيرات رئيسية في إدارة القطاع العام، وأخذت بعض منظماته باتباع استراتيجية لتحسين الجودة، حيث بدأت بعضها مع حلقات الجودة(Quality Circles)، وضمان الجودة(Quality Assurance وTQM) باعتباره يمثل نظام إدارة التركيز على الفرد(-Person Focused) ويسعى لزيادة مستمرة في رضا المستهلك وبأقل كلفة ممكنة(Scharitzer and et.al, 2000)، كذلك استخدمت تقنية في القطاع العام وذلك لتحقيق إنجازات هامة

في تحسين الإنتاجية وتستند على التحليل التنظيمي للوظيفة أو الهدف واتباع خطوات محددة مثل تحديد الرسالة، تحديد التساؤلات والمساءلة، وصف العمليات والأنشطة بمخططات انسيابية وتحليلها، تحديد متطلبات المستهلك، مراجعة عمليات وحاجات المستهلك المقابلة، وتوثيق العمليات وإجراءات العمل، وإنشاء نظام لإدارة الأداء والمراجعـة والتحسيـ ـن(Navaratnam & Harris, 1995).

إن أية استراتيجية للجودة لا بد لها من أبعاد فقد ذكر(Hernon and et .al , 1999) أنه توجد أربع أبعاد للجودة هي : التميز، والقيمة والمطابقة للمواصفات ومقابلة وتجاوز التوقعات كما أضاف Kroon بعدين آخرين هما إدراك السوق والجودة الاستراتيجية.

وقد ميز Bulitt & Bouckaret بين الهدفية (المطابقة من أجل الاستخدام fitness for use) والموضوعية (التوقع والإدراك expected and perceived)، وميز دونابيدين Donabedian بين الأبعاد التقنية وغير التقنية، وقد أجمع هؤلاء بأن جودة الخدمة ليست مجرد عملية تقنية فقط، وإن معظم الخدمات لها تأثير عميق ودائم على حياة الناس ، لذا فهي تعد عملية حيوية سواء كان تقنية أو غير تقنية، كما تتصف هذه العملية بخصائص ينبغي توفرها وهي : أن يكون ممكناً الوصول إليها Accessible، وقابلية الشمول، والملائمة، والعدالة. كما أن المظاهر غير التقينة للجودة يمكن أن تؤثر فتجعل الخدمة التقنية أكثر أو أقل فعالية، لذا فإنه لا بد من مراعاة الحاجات الحقيقية للأفراد والاستماع إلى نصائحهم وإلى ما يسدونه من معلومات .

إن خصائص الجودة وأبعادها تعكس القيم التنظيمية، فالأسبقية المناسبة تُعطى للدقة، درجة الاستجابة، المساواة، المرونة الاقتصادية،(Gaster, 1996) وكما يرى كلاً من (Cooper 85-92، Whitfield,1992) بأن معايير وقسم مثل الفعالية ومستوى الكفاءة ربما أخذت تحل محل معايير الخدمة العامة مثل (المساواة، المصلحة العامة، الكرامة الإنسانية، العدالة)، (Shomsul, 2001) وربما تكون هذه القيم ليست واضحة وتعكس منظورات مختلفة (سياسية، مهنية، إدارية، .... الخ) ولكن تبقى الحاجة عند تقدير جودة خدمة ما قائمة لمعرفة السياسة التنظيمية،

وهياكل عمل القيمة ويبقى المستهلك (العميل، المستفيد) يمثل النقطة المرجعية الأولى فالمزيج الفريد من العناصر الملموسة والعناصر غير الملموسة يصبح كياناً مميزاً فقط خلال عملية استهلاك السلعة أو الانتفاع من الخدمة(العلاق، 2001).

ويؤكد (Hynnjoo, Suntan, Hwajeog, 2002) على إن إستراتيجية تحسين جودة الخدمة يتطلب إجراء بعض التغييرات ومعالجة عدد من الأبعاد وهي:

1. التركيز على تحسين العمليات.
2. إشراك وتفويض السلطة للموظفين لصنع القرارات .
3. العملاء هم الذين يعرفون مستوى جودة الخدمة المقدمة لهم .
4. اعتماد القرارات الحكومية على الحقائق وذلك من خلال استخدام المناهج العقلانية وأدوات القياس الفعالة من قبل الحكومة .
5. التحول من الطريقة الفردية لاداء العمل إلى الطرق الجماعية ،بمعنى زيادة التركيز على الاهتمام بفرق العمل في أداء المهام.
6. الحاجة إلى نظام تعليمي وتدريبي مناسب على مهارات حل المشاكل وديناميكية الجماعة وتطوير الموظفين .

2. 11 الاتجاهات :

إن مفهوم الاتجاه قد تجاوز المفهوم المرتبط بالجانب النفسي، والاجتماعي، أو حتى التنظيمي بل تعداه الى الاقتصاد والسياسة، حيث زاد الاهتمام باتجاهات المستهلكين والناخبين وحتى المواطنين العاديين بشكل عام، وذلك من منطلق الافتراض إن للاتجاه أثر على السلوك(Organ & Bateman, 1991).

يعرف(جواد، 2000) الاتجاهات بأنها:استجابة الفرد لعناصر البيئة المحيطة به ومنها الأفراد والجماعات والمواد، وفي تعريف آخر(العديلي، 1995) ذكر أن الاتجاهات هي :استعدادات وجدانية مكتسبة وهي ثابتة وتلعب دوراً كبير في تحديد سلوك الإنسان ومشاعره إزاء الأشياء التي يمارسها مثل الطعام والشراب والأصدقاء ونحو ذلك. ويعرف (Cherrington, 1994) الاتجاه بأنه "الشعور الإيجابي أو السلبي اتجاه شيء (أشخاص، أماكن، وغيرها) ، وقد عرف

(Greenberg & Robert, 1997)) الاتجاهات بصورة اكثر شمولاً حيث ذكـر أنهـا :مجموعة مستقرة من المشاعر والاعتقادات والنوايا السلوكية اتجاه أمـور محـددة كالأشخاص أو الأوضاع، وتكون نحو جميع مظـاهر العمـل أو نحـو أشـخاص وظروف العمـل، وهـي تـنعكس علـى الأداء والغيـاب عـن العمـل، وقـد عرف(السلمي،1995) الاتجاه : نظام متطور مـن المعتقـدات والمـشاعر والميـول السلوكية ينمو بنمو الفرد وتطوره ويختلف باختلاف الظروف التي يتعايـشها، كمـا يختلف باختلاف مستوى إدراك الفرد الذي يلعب الدور الرئيسي في تحديد موقفة من الأحداث.

ويرى(الطجم،2006) أن: الاتجاهات الاستعداد المسبق للاستجابة لبواعث معينة (مواقف ، وأحداث، أفراد مواضيع ، شيء ما) بطريقة محددة.

وتستخلص الدراسة أن الاتجاهات هي المشاعر المنبثقة عن المعرفة المـسبقة، والتي تؤدي إلى وجود رغبة لدى الفرد في اتخاذ سلوك معين، أو إطلاق حكم على موضوع الاتجاه، وهي تكون نحو أشخاص، ظروف العمل، أدوات العمل وغيرهـا من الأمور .

مكونات الاتجاه

رغم الاختلاف في تعريف الاتجاه إلا أن هناك شبة إجماع بين جميع الأدبيات على مكونات الاتجاه والتي في الغالب شملت ثلاثة مكونات هي:

1- المكون الادراكي -المعرفة - .
2- المكون الشعوري.
3- المكون السلوكي.

(Greenberg & Robert, 1997) ، (Cherrington, 1994)

فالمكون الادراكي(المعرفي) يتمثل بالمعلومات التي قـد تكـون حقـائق أو معارف عامه حول موضوع الاتجاه،وتؤدي الى تشكيل فكرة لدى الـشخص حـول موضوع الاتجاه وبالتالي تنعكس على تشكيل مشاعره نحو موضوع الاتجاه كاعتقاد العامل بما هو صواب أو خطأ في العمل، أما المكون الشعوري ويتمثل بالمـشاعر والعواطف التي يحملها الشخص نحو موضوع الاتجاه وذلك بالاستناد للفكرة التـي

تكونت لدية تجاه الموضوع، ومثال ذلك كيف يشعر العامل نحو عملة أو المنظمة التي يعمل بها، وأخيراً المكون السلوكي ويعني إذا توفرت لدى الفرد المعرفة بالموضوع، ثم أعقبها تكوين شعور معين حياله، فإنه يصبح أكثر ميلاً لأن يسلك سلوكاً محدداً تجاه هذا الموضوع(السلمي،1995) أي أن الفرد أصبح يمتلك حالات التهيؤ والاستعداد لاداء سلوك ما أو الحكم على موضوع سلباً أو إيجاباً.

أهمية دراسة الاتجاهات

تظهر أهمية دراسة الاتجاهات في مختلف ميادين العلوم السلوكية، وذلك من منطلق أن الاتجاهات وسيلة للتنبؤ بالسلوك الإنساني، فهي تساعد في تحفيز استجابة الأفراد الإيجابية حيال موضوع ما، كما أن عملية تغير سلوك أحد الأفراد تفرض تغير اتجاهاته أولاً(Cherrington, 1994) حيث أن الافتراض القائم على ربط الاتجاهات بالسلوك عمل على زيادة أهمية الاتجاهات في جميع الدراسات السلوكية، ويمكن إجمال أهمية دراسة الاتجاهات بما يلي:

1- أن التعرف على الاتجاهات من قبل أصحاب القرار يعمل على التنبؤ بردود الفعل على القرارات من قبل العاملين.
2- يعتبر الاتجاه مؤشر لمواطن الضعف أو القوة عند العاملين، وبخاصة فيما يتعلق بظروف العمل والأدوات المستخدمة من قبلهم، وهذا يمكّن المنظمة من العمل على تعزيز مواطن القوة ومعالجة مواطن الضعف .
3- إن الاتجاه بمثابة مؤشر أولي لسلوك متوقع وهذا يضمن تقليل المفاجآت في السلوك، حيث أن التعرف على الاتجاهات يعتبر سبيل للتنبؤ بالسلوك المتوقع.

العوامل المؤثرة في الاتجاهات :

يرى(العديلي، 1995) أن هناك عدة عوامل تؤثر في الاتجاهات وفيما يلي أهمها:

1- عوامل بيئية :البيئة التي يتفاعل معها الفرد علي مستوى الأسرة، المدرسة، الوسط الإعلامي، العادات والتقاليد السائدة والتقاليد السائدة.
2- عوامل خاصة بالفرد: تجارب خبرات، مستواه الثقافي والتعليمي ومستوى الإدراك.

3- عوامل لها علاقة بالحدث أو الموقف موضوع الاتجاه :الفرد بطبيعته مدفوع لإشباع حاجاته وذلك للتخفيف من حدة التوتر الناتج عن هذه الاتجاهات، الفرد يتكون لديه اتجاه إيجابي نحو كل المواقف والأحداث والأشخاص المساهمين في سبيل إشباع رغباته، بينما يتخذ موقف مضاد من الأشياء التي أعاقت تحقيق الهدف .هذا الاتجاه السلبي قد يدفع الفرد إلى نماط سلوكية متعددة قد تأخذ شكلا عدوانيا .

ويعتبر قياس الاتجاهات وسيلة من وسائل قياس الأداء يمكن من خلالها التعرف على ميول واتجاهات الأفراد العاملين ومدى قناعتهم بالعمل والإنجاز وكذلك يعمل هذا النوع من القياس في مجال التقلبات النفسية والاجتماعية المحيطة بالعمل. (الطهاوي 2005).

2. 12 الدراسات السابقة:

أشارت نتائج المسح المكتبي للأدبيات والدراسات السابقة عدم وجود دراسات على حد علم الباحث تبحث بشكل مباشر في مستوى الخدمة المدركة من وجهة نظر (العاملين والعملاء) على (مقياسي الأداء Servperf وعدم التأكد Servqual)، لذلك حاولت هذه الدراسة توظيف ما جاء في الدراسات السابقة قدر الإمكان، وحيث كان ذلك ممكنا لتحقيق أهدافها،علما أن الدراسات الميدانية في البيئة العربية، كانت محدودة جداً أو حتى معدومة:

أ. الدراسات العربية:

وفي دراسة قام بها (العمارين، 2007) بعنوان "أثر تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة في التميز التنظيمي من وجهة نظر العاملين في دائرة الجمارك الأردنية" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة في التميز التنظيمي لدى العاملين في دائرة الجمارك الأردنية، ولتحقيق أهداف الدراسة، تم استخدام استبانة مطورة لغرض جمع البيانات من أفراد العينة، والتي بلغ تعدادها(418) مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها:

1- إن المتوسط العام لأبعاد الجودة الشاملة في دائرة الجمارك العامة الأردنية جاءت بدرجة مرتفعة، وإن أبعاد التميز التنظيمي في دائرة الجمارك العامة الأردنية كانت أيضاً مرتفعا.
2- أن هنالك أثراً لأبعاد الجودة الشاملة في دائرة الجمارك العامة الأردنية في التميز التنظيمي.

دراسة قام بها (الأحمدي 2006) بعنوان "محددات جودة خدمات الرعاية الصحية الأولية دراسة نوعية"، هدفت الدراسة إلى التعرف على محددات جودة الرعاية الصحية الأولية من منظور القائمين على هذا القطاع وذلك في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، وتتبع الدراسة أحد أساليب البحث النوعي وهو النظرية المجذرة المستمدة من الواقع. وحددت الدراسة عدد من مقومات نجاح تطبيق الجودة في هذا القطاع، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج منها .

1. القضاء على ثقافة التفتيش وتنمية ثقافة التقييم الذاتي سواء على مستوى المركز الصحي أو الفريق الصحي أو الأفراد. وإيجاد آليات لتوفي التغذية المرتدة للمراكز الصحية حول الخطة السنوية وتقارير الأداء
2. تدريب العاملين على المفاهيم المرتبطة بالتخطيط الصحية وأهميته في تحقيق التحسن المستمر للأداء حتى لا يصبح إعداد الخطة هدفا في ذاته وإنما وسيلة لتحس.

وفي دراسة قام بها (الزيدانيين، 2006) بعنوان" أثر التمكين الإداري في تطبيق مبادىء إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات" هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر التمكين الإداري في تطبيق مبادىء إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات المالية الأردنية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها:

أ- أن تصورات المبحوثين للتمكين الإداري كـان مرتفعـاً، وجـاءت أيـضاً تصورات المبحوثين على أبعاد الجودة الشاملة بدرجة مرتفعةً.
ب-أن هنالك أثر هام وذو دلالة إحصائية لأبعـاد التمكـين الإداري فـي إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات المالية الأردنية.

ج- وجود فروق ذات دلالة إحصائية لتصورات المبحـوثين للتمكـين الإداري تعزى لمتغيرات (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة).

وفي دراسة قام بها (الخوالده، وأبو تايه، 2004) بعنوان" العلاقة بين مؤشرات إدارة الجودة والمقاييس المالية للأداء في الشركات الصناعية في الأردن" هدفت هذه الدراسة إلى تفحص العلاقة بين مؤشرات إدارة الجودة والمقاييس المالية للأداء في الشركات الصناعية في الأردن. تم استخدام استبانة لقياس المؤشرات التالية لإدارة الجودة: التكامل الاستراتيجي، نشر وتعميم الأهداف والاستراتيجيات داخل الشركة/ مشاركة العاملين في اتخاذ القرارات، التخطيط الموجه لتحقيق رضا العملاء، القياس والمقارنات المرجعية، والإبداع والتحسين المستمر. أما المقاييس المالية للأداء التي تضمنتها الدراسة (العائد على الملكية، العائد على الأصول، وإنتاجية العمل) فقد تم احتسابها من التقارير السنوية لهذه الشركات. وتشير نتائج تحليل الارتباط إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات إدارة الجودة والمقاييس المالية للأداء، وبينما أظهرت النتائج وجود علاقة بين كل مؤشر من مؤشرات إدارة الجودة وكل مقياس من المقاييس المالية للأداء، فإن علاقة هذه المؤشرات بإنتاجية العمل كانت أقوى من علاقتها بكل من العائد على الملكية والعائد على الأصول.

وأجرى كل من (الشامي وآخرون، 2004) دراسة بعنوان" تحليل منافع تطبيـق نظام إدارة الجودة من منظور إدارات مصانع الأغذية في الأردن" حيث استهدف هذا البحث قياس وتحليل اتجاهات إدارات مصانع الأغذية في الأردن نحو منافع تطبيق نظام إدارة الجودة؛ الآيزو 9000. وتوصلت النتائج إلى أن أكثر من نصف إدارات المصانع ترى أن تطبيق نظام الآيزو يعمل على تحقيق فوائد إيجابية بالرغم من أنها كانت أقل من التوقعات التي كان يطمح إليها. وقد تركزت الفوائد الداخلية المتحققـة على تحسين الضبط الإداري والحصول على منتج بمواصفات ثابتة. وتركزت أهـم الفوائد الخارجية على تحسين صورة الشركة ورضا الزبائن عن منتجاتها، واستخدام الشهادة كأداة دعائية، بينما كانت الاتجاهات أقل إيجابية في مجالات زيادة المبيعات والربحية. ولم تظهر النتائج وجود فروق معنوية بين متوسطات درجة الاتجاه نحـو فوائد الحصول على الشهادة وفق معظم خصائص المنشآت، الأمـر الـذي يعكـس

تقارب خصائص المصانع وأساليبها الإدارية. وتشير هذه النتائج إلى الحاجة إلى القيام بتوعية المنتجين بسبل توظيف الفوائد الداخلية لنظم ضمان الجودة في تعزيز الفوائد الخارجية على المدى الطويل.

أجريت دراسة مقابلة (2003) بعنوان "واقع السياحة الصحية في الأردن: استطلاع آراء السائحين المرضى غير الأردنيين" على عينة قوامها (398) مراجعاً من المرضى غير الأردنيين في مجموعة من المستشفيات الخاصة في عمان، بالإضافة إلى كل من مستشفى الجامعة الأردنية، والمدينة الطبية.

جاءت نتائج الدراسة لتشير إلى أن معظم القادمين بقصد العلاج هم من الذكور، ومن الجنسيات الفلسطينية، والسعودية، واليمنية، والليبية. وأنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم المرضى الوافدين في المستشفيات لمستوى الخدمات المقدمة وبين متغيرات الجنس، والجنسية والحالة الزواجية، والفئة العمرية، وعدد المرافقين.

وأجرى (الطراونه، 2002) دراسة بعنوان"الجودة الشاملة والقدرة التنافسية "دراسة تطبيقية على قطاع الصناعات الدوائية في الأردن" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الجودة الشاملة في شركات الصناعات الدوائية في الأردن، ومعرفة السياسات التنافسية التي تستخدمها هذه الشركات، ودراسة العلاقة بين الجودة الشاملة والسياسات التنافسية، والعلاقة بين الجودة الشاملة والقدرة التنافسية، وكذلك العلاقة بين السياسات التنافسية والقدرة التنافسية. وبتطبيق ذلك على الشركات الدوائية المسجلة حتى نهاية عام 1994، والتي تتوفر لديها بيانات مالية لسنوات (1995-1999) والبالغ عددها عشر شركات، تم التوصل إلى أن هذه الشركات تطبق الجودة الشاملة بنسبة متوسطة، كما أنها تطبق السياسات التنافسية بنسب متوسطة ومتفاوتة وبشكل يفتقر إلى الأولويات والتكامل. كما أظهرت الدراسة وجود علاقات معنوية بين الجودة الشاملة ومعظم السياسات التنافسية، بعكس تلك الموجودة بين الجودة الشاملة والقدرة التنافسية وكذلك بين السياسات التنافسية والقدرة التنافسية.

وأجريت دراسة شحادة (2002) بعنوان "رضى المستثمرين الصناعيين عن الخدمات العامة: دراسة ميدانية في مدينة دمشق وريفها" على عينة قوامها (79)

فرداً، استهدفت قياس رضى المستثمرين الصناعيين عن الخدمات العامة التي تقدمها الأجهزة الحكومية، وذلك من أجل تحديد نقاش الضعف فـي أسـاليب تقـديم هـذه الخدمات وأسبابها تهديداً لمعالجتها.

جاءت نتائج الدراسة لتشير إلى أن رضى المستثمرين الصناعيين عن جـودة الخدمات العامة وعن جهود إدارة الأجهزة الحكومية لتطويرها هـو فـي مـستوى "ضعيف". وأن رضى المستثمرين الصناعيين عن إجراءات الحصول على الخدمات العامة، ومقدار الوقت اللازم لذلك، وتكاليف الخدمات العام ورسوم الحصول عليهـا هو في مستوى "ضعيف" أيضاً. وأن رضى المستثمرين الصناعيين عن أداء العنصر البشري في الأجهزة الحكومية المقدمة للخدمات العامة وعن سلوكيات الموظفين فيها هو كذلك في مستوى "ضعيف".

دراسة (الشميمري، 2001) هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أبعاد جودة الخدمة البريدية في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر مستخدميها وباستخدام مقياس جودة الخدمة المعتمد والمختبر عالمياً وهو مقياس SERVPERF ، تضمنت الاستبانة خمسة أبعاد لقياس جودة الخدمـة وهـ ـي (الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) وكان مجتمع الدراسة مشتملاً على المستفيدين من الخدمات البريدية من الذكور، وأخذت عينة عشوائية مكونة من (500) شخص، واستخدمت عدة أساليب إحصائية في عملية تحليل البيانات منها التحليل العاملي، وتحليل الانحدار المتعدد الذي بينت نتائجه أن أربعة من أبعاد الجودة الفعلية كانت ذات دلالة إحصائية وأظهرت النتائج وجود بعض جوانب القصور في أداء الخدمة البريدية عن الوفاء بحاجات ومتطلبات المستخدمين ، كما أكدت النتائج إمكانية الوثوق بمقياس SERVPERF في تحديد أبعاد الخدمة البريدية.

دراسة (العلاّق، 2001) وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم المرضى المنتفعين من خدمات المختبرات الطبية ومراكز الأشعة في الأردن لمستوى جودة هذه الخدمات، ويتضمن ذلك توقعاتهم أو إدراكهم لمستوى الخدمات المقدمة لهم فعلياً.

اقتصرت الدراسة على قياس جودة الخدمات من وجهة نظر المنتفعين فقط ولم تتطرق إلى وجهة نظر إدارات هذه المختبرات والمراكز.

بلغت عينة الدراسة (715) من المرضى وكان من نتائجها أن الجودة الفعلية للخدمات كما يراها أفراد العينة كانت مرتفعة، وأن الجودة التي يتوقعها المرضى المنتفعون من تلك الخدمات كانت عالية.

قدمت الدراسة عدة توصيات من شأنها تطوير جودة ما تقدمه المؤسسات المبحوثة من خدمات للمواطنين بما يكسبها ميزة نسبية تنافسية في سوق الرعاية الطبية في الأردن.

وأجريت دراسة أبو موسى (2000) بعنوان "أثر جودة الخدمة علـى الربحيـة ورضى العملاء في المصارف الأردنية" استهدفت التأكد من مدى وجود علاقة بـين جودة الخدمة المقدمة وزيادة الربحية متمثلة بمعدل العائد على الاستثمار.

استخدمت الباحثة سعر الخدمة لقياس جودة الخدمة، كما استخدمت معايير أخرى لقياس مهارات وكفاءة موظفي الخط الأمامي. واستخدمت كذلك عدة معايير لقيـاس الرضى مثل نوع الخدمات، والأسعار، ومعاملة الموظفين. جاءت النتـائج لتـشير وجود علاقة بين جودة الخدمة ورضى العملاء وبين الأخير والولاء التنظيمي. كما بينت عدم وجود علاقة بين جودة الخدمة والربحية وبين رضى العملاء والربحية.

وأجريت دراسة الطائي (1999) بعنوان " العوامل المؤثرة في قرارا تفـضيل الطعام من وجهة نظر الزبائن" على عينة قوامها (300) فرداً استهدفت التعرف على أبرز العوامل التي تؤثر في قرار التفضيل لدى زبائن مطاعم الفنـادق والمطـاعم الأخرى العاملة ضمن الحدود الجغرافية لمنطقة أمانة عمان الكبرى. جاءت نتـائج الدراسة لتشير إلى وجود علاقة بين المتغيرات المستقلة مجتمعة ومستوى التفضيل.

وأجريت دراسة محمد (1999) بعنوان "الرضى عن الخدمة التعليمية والتفوق الدراسي للطلاب: دراسة تطبيقية على طلاب كلية التجارة بجامعة القاهرة، فرع بين سويف دفعة عام (2000)" على عينة عشوائية قوامها (200) طالب مـن مختلـف الأقسام الأكاديمية بالكلية. استهدفت الدراسة تحديد أهم العوامل التي تحدد مـستوى رضى الطلبة عن الخدمة التعليمية للكلية وتحديد عناصر هذه الخدمة. جاءت نتـائج

الدراسة لتشير إلى انخفاض المستوى الدراسي لطلبة الكلية وانخفاض مستوى رضى الطلبة عن معظم العناصر الفرعية للخدمة التعليمية.

وأجريت دراسة أبو تايه (1999) دراسة بعنوان " مستوى الرضى عن خدمات القطاع العام : دراسة ميدانية لرأي القطاع التجاري وانطباعاته في مدينة الكرك " على عينة قوامها (170) فرداً . استهدفت التعرف على أراء القائمين على القطاع التجاري في مدينة الكرك وانطباعاتهم حول الخدمات العامة المقدمة إليهم من قبل كل من أجهزة الأمن العام، والبلدية ،والدفاع المدني، ومديرية الصحة كما استهدفت اختبار العلاقة بين أراء المستجوبين وانطباعاتهم وبين بعض خصائصهم الشخصية وخصائص محلاتهم التجارية.

جاءت نتائج الدراسة لتشير إلى مستوى مرتفع من الرضى لدى أفراد العينة عن الخدمات المقدمة من هذه الأجهزة وكذلك عن الخدمات بشكل عام . وأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضى عن خدمات هذه الأجهزة وعن الخدمات بشكل عام تعزى لمتغير عمر المستجيب.

وأجريت دراسة العدوان (1998) بعنوان "أثر مستوى الخدمة على رضى المستفيدين من خدمات المراكز الصحية في محافظات الشمال في الأردن" على عينة قوامها(770) فرداً من المستفيدين من الخدمات الصحية المقدمة من المراكز الصحية في محافظة شمال الأردن الأربع.

جاءت نتائج الدراسة لتشير إلى أن اتجاهات أفراد العينة كانت سلبية نحو البيئة الخارجية والبيئة الداخلية للمراكز الصحية وأن مستور الرضى العام للمستفيدين من خدمات المراكز الصحية كان سلبياً. وأن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين مستوى رضى أفراد العينة متغير العمر، والمستوى التعليمي، ونوع التأمين الصحي، ونوع المركز الصحي. في حين لم تتضح أية فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغيري الجنس، والحالة الزواجية.

وأجريت دراسة معلا (1998) بعنوان "قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن " : على عينة من عملاء المصارف الأردنية قوامها (627) فرداً استهدفت قياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من البنوك

التجارية العاملة في الأردن من وجهة نظر عملاء هذه البنوك. جاءت نتـائج هـذه الدراسة لتشير إلى أن تقييم عملاء المصارف التجارية العاملة في الأردن لمـستوى جودة الخدمات المقدمة لهم من قبل هذه المصارف كان سلبياً .

وأجريت دراسة الخطيب وغرايبة(1998) على عينة قوامها (650) فـرداً من عملاء البنوك التجارية الأردنية وفي مختلف مدن المملكة استهدفت التعرف على مستوى توقعات العملاء وإدراكهم لجودة للخدمات المقدمة من البنوك التجارية التي يتعاملون معها .

اعتمد الباحثان في قياس الجودة على أربعة أبعاد هي: الماديـة الملموسـة، والتعامل مع الموظفين وتلبية احتياجات العملاء، والسعر. جاءت نتـائج الدراسـة لتشير الى أن موقع البنك ، ووجود مواقف للسيارات هم من أهم العوامل التي تجذب العملاء، في حين أن أقلها أهمية هي مظهر المبنـى الـداخلي والخـارجي .بينـت الدراسة كذلك عدم ارتياح العملاء لبطء الخدمات المقدمة، ولارتفاع الأسعار التـي تحصل عليها البنوك مقابل خدماتهم.

وقام الباحثان العدوان وعبد الحلـيم (1997)، بدراسـة بعنـوان "العوامـل المرتبطة بتحقيق الرضى عن الخدمة المقدمة للمريض في المستشفيات الأردنيـة ". استنتج الباحثان أن مستوى رضى المرضى يـرتبط بنظافـة المستـشفى، ونـوع المستشفى، ونوع التأمين الصحي، ومستوى اهتمام الأطباء، وفترة الانتظار، وطريقة تعامل موظفي المستشفيات .

وفي دراسة أجراها الباحثان العدوان والطعامنـة (1996) بعنـوان" الـدور القيادي لرؤساء البلديات في الأردن:دراسة ميدانية " استهدفت الوقـوف علـى أراء موظفي البلديات في مختلف محافظات المملكة بشأن الأدوار القيادية التي يماريهـا رؤساء البلديات. جاءت نتائج الدراسة لتشير الى أن هناك اتجاهات سـلبية لأفـراد العينة نحو الدور القيادي الذي يمارسه رؤساء البلـديات علـى جميـع المقـاييس المستخدمة.

وأظهرت نتائج الدراسة التي أجريت (الطعامنة وحراحشة، 1995) بعنوان " أثر مستوى الخدمة على رضى المستفيدين من خدمة المراكز الصحية في محافظـة

المفرق" والتي استهدفت معرفة مدى فعالية الخدمات التي تقدمها المراكز الـصحية الحكومية في محافظة" المفرق" أظهرت فروقاً ذات دلالة إحـصائية بـين متوسـط رضى أفراد عينة الدراسة عن الخدمات التي تقدمها المراكز الصحية تبعاً لمتغيري المستوى التعليمي، والعمر، في حين لم تظهر أية فروق فـي هـذا المجـال تبعـاً لمتغيري الحالة الزواجية، والجنس.

ودلّت نتائج دراسة أحمد وبطارسه (1994) جاءت بعنوان "مستوى رضى المواطنين عن الخدمة العامة في الأردن، دراسة ميدانية "والتي أجريت على عينـة مكونة (1000) مواطن في محافظتي "عمان" و "أربد" دلّت على أن درجة رضـى أفراد العينة من سكان محافظة العاصمة عن مستوى الخدمات العامة أعلى من درجة رضى أفراد العينة من سكان "محافظة أربد" . كما توصلت الدراسة الى وجود علاقة عكسية بين درجة الرضى عن مستوى الخدمات والتحصيل الدراسي لأفـراد عينـة البحث ، وبينت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدة الخبرة الوظيفيـة لأفـراد العينة ودرجة رضاهم عن مستوى الخدنات المقدمة لهم .

وأجريت دراسة الجميل (1992) دراسة بعنوان " إدراك المـستهلك لجـودة الخدمات المصرفية في الأردن " على عينة قوامها " (300) فرد مـوزعين علـى مختلف محافظات المملكة استخدم فيها الباحث مقياس الفجوة لقياس جودة الخدمة.

جاءت النتائج لتشير الى أن جودة الخدمات المصرفية تتباين وفقـاً لجنـسية المؤسسة المصرفية وقدمها في السوق، ومنطقة عملها، ووجود أو عدم فروع لها في الخارج . كذلك أشارت النتائج الى أن الثقة تمثل محددا لجودة الخدمـة، وتحظـى بأهمية نسبية متقدمة في تكوين توقعات المـستهلكين وإدراكهـم لجـودة الخدمـة المصرفية. أما الجوانب المادية المتمثلة فـي بيئـة العمـل الداخليـة والاسـتجابة للمستهلكين، والاهتمام والعناية التي يبدها العاملون بهم فإنها تحظى بأهميـة نـسبية قليلة .

ب. الدراسات الاجنبية :

دراسة قام بها(Karia, Asaari,2006) بعنوان"أثر تطبيق مفهوم الجودة في بعض المتغيرات المتعلقة بالعمل" حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق

مفهوم الجودة الشاملة(التدريب والتعليم، بناء الفرق، التمكين الإداري، التحسين والتطوير المستمر) في بعض المتغيرات المتعلقة بالعمل(الانغماس الوظيفي، الرضا الوظيفي، والولاء التنظيمي). في منظمات القطاع العام والخاص في ماليزيا، وتوصلت الدراسة إلى نتائج كان من أهمهما: وجود أثر إيجابي لتطبيق مفهوم الجودة الشاملة في(الانغماس الوظيفي، الرضا الوظيفي، والولاء التنظيمي).

أجرى هيندرسون وماكدان وليونارد (Henderson, McAdam & Leonard, 2006) دراسة هدفت إلى عرض كيفية تطبيق الشراكة بين الجامعات والقطاع الصناعي من خلال التركيز على طريقتين رئيستين هما: تطوير الجامعات لمنهجية بحثية جديدة وتحسين فهم موضوع إدارة الجودة الشاملة والعمل على تطوير مرونة الموظفين والمدراء المهتمين بهذه الشراكة وتطوير إدارة الجودة الشاملة في المنظمات، وقد توصلت الدراسة إلى وجود صعوبات في الشراكة ما بين الجامعات والقطاع وهو الأمر الذي يتطلب ان يقوم أي نشاط للشراكة على نقل لعملية التعليم بعمق بين الطرفين من خلال التدريب، وفيما يتعلق بتطبيق إدارة الجودة الشاملة فإن طريقة العمل القائمة على منهجيات البحث المطورة قد أدت إلى تمكين المشاركين من التعامل مع التغيرات في بيئة العمل وتعزيز تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المنظمات.

أجرى نوجين (Nguyen, 2006) دراسة هدفت إلى تطوير إطار مفاهيمي لدراسة الأبعاد المهمة في إدارة الجودة الشاملة والدعم الذي من الممكن أن تقدمه تطبيقات تكنولوجيا المعلومات لإدارة الجودة الشاملة من أجل تحسين الأداء التنظيمي، وتكونت عينة الدراسة من (77) منظمة من المنظمات الفيتنامية، وقد توصلت الدراسة إلى أن معظم أبعاد إدارة الجودة الشاملة ترتبط بشكل كبير بالأداء التنظيمي ومن هذه الأبعاد؛ القيادة والتركيز على المستهلك وإشراك الموظفين في أعمال المنظمة وإدارة المعلومات والعملية الإدارية والتحسين المستمر والعلاقات مع الأطراف الخارجية للمنظمة.

أجرى سولتاني ومير ووليمز (Soltani & Meer & Williams, Terry, 2005) دراسة هدفت إلى مقارنة مدخلي إدارة الموارد البشرية وإدارة الجودة

الشاملة لتطوير الأداء، حيث تم إجراء دراسة مسحية لتوفير معلومات حول الوضعية الحاليةِ لتقييم الأداء في منظمات المملكة المتحدة، من خلال التركيز على فاعلية برامج إدارة الجودة الشاملة، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن إدارة الجودة الشاملة تعتبر الأساس الجوهري لتقييم الأداء، وأن هناك علاقة طردية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وفاعلية الأداء، وأن فاعلية برامج إدارة الجودة الشاملة تعتمد على مستوى رضا العاملين، وعلى الروح المعنوية لديهم، والثقافة التنظيمية، وأن تحقيق متطلبات نجاح برامج الجودة يتطلب إعادة التفكير في أساليب تقييم الأداء المتبع في المنظمة.

دراسة قام يها(Agus،2005) بعنوان"الروابط الهيكلية لإدارة الجودة"، حيث هدفت هذه الدراسة إلى البحث في الروابط الهيكلية بين إدارة الجودة (التزام الإدارة العليا، والتركيز على الزبون، وعلاقات المورد، والتدريب، وعملية التحسين المستمر) ونتائج الأعمال. وقد أظهرت النتائج أن التزام الإدارة العليا وعلاقات المورد والتدريب بشكل خاص مهمة في حالة تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في الشركات الماليزية لأداء أفضل .

دراسة قام بها (Khatib and Awwad, 2003) بعنوان "قياس جودة الخدمات فـي تكنولوجيا أنظمة المعلومات في السوق الأردنية"، حيث تهدف هـذه الدراسـة إلـى اختيار مدى كفاءة إحدى أدوات قياس جودة الخـدمات وإمكانيـة تطبيقهـا علـى التكنولوجيا المستخدمة في نظام المعلومات التسويقية لدى البنوك التجارية الأردنيـة، وجمعت البيانات من خلال (204) مفرده، من خلال قياس "SERVQUAL" . وقـد أشارت نتائج اختبار تحليـل العوامـل، إلـى أن معظـم عناصـر قيـاس أبعـاد أل(SERVQUAL) قد ارتبطت كما هي في القياس الأصـلي باسـتثناء العناصـر المتعلقة ببعدي الاستجابة الاعتمادية حيث اختلطت عناصر قياس البعدين مع بعضها البعض، وأشارت نتائج تحليل الانحدار المتعدد إلى أن العناصر الخمسة (الماديـة، التأكيدية، التعاطفية،الاستجابة، الاعتمادية) تفسر (66%) من التباين فـي الجـودة المدركة لنظام المعلومات التسويقية وتشير النتائج إلى أن توقعات العاملين في دوائر التسويق في البنوك التجارية حول جودة الخدمة كانت أعلى بكثيـر مـن تقيـيمهم

للمستوى الحقيقي الذي لمسوه مما يشير إلى وجود فجـوة بـين الجـودة المدركـة والجودة المتوقعة، وتوصي الدراسة مديري البنوك أن يضعوا في اعتبارهم الأمـور التالية:

تصميم برامج تدريب مختلفة من أجـل تثقيـف المـوظفين وتزويـدهم بـآخر التطورات في مجال عملهم، وفهم احتياجات الدوائر والموظفين، وكـان هـذا أهـم عنصر يؤثر على اختلاف نوعية الخدمة في نظم المعلومات التـسويقية، وتطـوير وسائل مناسبة تُمكن البنوك من تقديم المعلومات المناسبة عند الحاجة، وهـذا يعـود بالأهمية على نوعية جودة تكنولوجيا نظم المعلومات التسويقية.

دراسة (Latifa, et.al, 2002) : تركز هذه الدراسة على جودة المستهلك والتي يمكن أن تضمن بمقاييس وأساليب رضا المستهلك، وان الأداء المدرك للخدمة يميز بين أعلى أداء متوقع والأداء المتوقع المدرك، ويستخدم لإنتاج مؤشر قــدرة تحسـين الخدمــة Service improvement capacity index (Sic) وقد أجري مسح رضا المستهلك في ست وزارات مختلفة في مدينة كوالالامبور الماليزية باستخدام استبانات مدارة ذاتياً، وقد اختيرت الوزارات على أساس جائزة عام 1996 لجودة الخدمة العامة وضمت العينة (330) فرداً، واعدت استبانات قياس رضا المستهلك معدلة عن الفكرة الأصلية لنموذج SERVQUAL وتضمن المقياس جانبين الأول عن إدراك المستهلكين لأداء الخدمة والثاني عن أعلى رغبة مدركة للخدمة (الفرق بين الأداء المرغوب والأداء المدرك) ومن خلال المقارنة بين الاختلافات ينتج مؤشر Sic فإن كان هناك مؤشر درجة ضعف في خصائص الخدمة فستكون الحاجة للتحسين وأظهرت النتائج الحاجة لتحسين خدمة المستهلك وأن تعطى الاسبقية لأجل تحقيق إنجاز أداء عالي في قطاع الخدمة العامة، كما أوصت الدراسة بإمكانية استخدام مقياس SERVQUAL لقياس مؤشر Sic من خلال تقييم إدراك الزبائن لأداء المنظمات وبما يؤدي إلى تحسين خدمات المستهلك وتوفير خدمة أفضل مستقبلاً .

دراسة (Soliman and Alzaid ,2002) أجريت هذه الدراسة في عشرة من الفنادق المنتخبة في مدينة (الرياض) في المملكة العربية السعودية وتكونت مفردات

العينة من (79) من النزلاء و (62) من الموظفين، وتبحث الدراسة في إمكانيات قياس وتقويم الخدمة الفندقية والمقاييس المناسبة في هذا المجال، وتوصلت إلى أن نموذج الأداء SERVPERF قد أثبت إحصائياً أنه أفضل من نموذج عدم التأكد الذي يمثله مقياس (سيرفكوال) في قياس جودة الخدمة الفندقية، وقد تمت عملية القياس من وجهة نظر كل من موظفي الاستقبال وضيوف الفنادق.

تشير النتائج إلى أنه يجب على مديري الفنادق أن يأخذوا بالاعتبار الخصائص المميزة للثقافة السعودية عند وضع الخطط الاستراتيجية لخدمات فنادقهم مع الإشارة إلى تقاليد معينة بهذا الخصوص. كما يؤيد الباحثان استخدام مقياس Servperf مع تعديله ليأخذ بالاعتبار الخصائص الفردية للخدمات إلى تقدمها كل منظمة خدمية على حدة وعدم استخدام مقياس واحد نمطي لقياس جودة الخدمة في الفنادق وفي جميع أنواع المنظمات الخدمية بلا استثناء.

دراسة قام بها (Hynnjoo, Suntan, Hwajeog, 2002) بعنوان " قيـاس جـودة الخدمة في شركات الطيران، تهدف هذه الدراسة إلى المقارنة بين جـودة الخدمـة وجودة الخدمة المدركة، والتعرف على أكثر هذين المقياسين ملائمة، وقد تم استخدام عينة مكونة من (643) من المسافرين على خطوط الأمريكية الكورية.

استخدمت الدراسة مقياسين هما: مقياس جودة الخدمة " SERVQUAL" ومقياس الجودة المدركة "SERVPERF". وتوصلت الدراسة بعد مقارنة النتـائج باسـتخدام التحليل الإحصائي (T-Test) إلا إن مقياس جودة الخدمة كان أكثر ملائمـة لقيـاس الجودة في صناعة الطيران بشكل عام.

دراسة قام بها (Robinson, Stewart, 1999) بعنوان " قياس جـودة الخدمـة : الفكر الحالي والاحتياجات المستقبلية. وتهدف هذه الدراسة إلى مراجعة المناقـشات التي تدور حول كفاءة طريقة SERVQUAL في قياس جودة الخدمة ومعرفة مناطق الاختلاف والاتفاق، وذلك للاستفادة منها في الأبحاث المستقبلية. حيث تـم مناقـشة الجدل حول فعالية مقياس جودة الخدمة " SERVQUAL" من خلال سـتة أبعـاد : هدف أداة القياس، و تعريف مفهوم نوعية الخدمة، ونماذج نوعية الخدمـة، أبعـاد نوعية الخدمة، وقضايا تتعلق بالتوقعات، وشكل أو بنيـة أداه القيـاس. وتوصـلات

الدراسة إلى أن نقطة الاتفاق الوحيدة هي إن جودة الخدمة موقف عـام، وتختلـف قناعة المستهلك أو الزبون، وان أدراك الأداء يجب إن يقاس. كما أظهرت الدراسـة أيضاً إن قياس جودة الخدمة " SERVQUAL" اظهر بعض التقصير وهي قد تكون قابلة للتطبيق في مؤسسات الصيانة والإصلاح، والبنـوك، وأظهـرت الدراسـة إن هنالك تساؤلات عديدة حول المبادئ التي وجدت من خلالها " SERVQUAL"، وهو المقياس المناسب والمتوفر.

دراسة (Sinikka, 1999) هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية استخدام المديرين لحاجات الزبائن والتغذية العكسية في قياس جودة الخدمات الاجتماعية في فنلندا وقد استخدمت استبانة وزعت على عينة عشوائية مكونة من (60) مديراً اشتغلوا خلال ثلاث فترات تاريخية ممتدة بين (1950 - 1965) و(1966 - 1983) و (1984 وما بعدها)، أظهرت النتائج بأن النسب المئوية للإجابات (الإيجابية) تباينت بين الفترات الثلاث، حيث أكد (53%، 6%، 21%) على الترتيب للفترات الثلاث بأن أخذ حاجات الزبائن بالاعتبار يعد أحد الواجبات الأكثر أهمية، كما أكـد (58%) من أفراد العينة بأن الزبائن قادرين على قياس نتائج الخدمات، بينما أكد (29%) من مديري الفترة الأولى بأهمية دور الهياكل التنظيمية والمهنية في قياس الجودة، في حين أكد (50%) من مديري الفترتين الأخريين على أهمية ذلك الدور، تبين النتائج الأهمية المعطاة لحاجات الزبائن واختلاف المديرين بشأن المهام الأكثر أهمية، ودور المستهلك واتجاهات المديرين في بناء مقياس الجودة، وأوصت بضرورة توفير المعرفة الكافية لدى المديرين حول أنواع وطرق القياس .

دراسة (Edward . 1996) وتركز هذه الدراسة على إدارة الجودة في المنظمات العامة ، وتستعرض الأطر الفلسفية والتقنية المستخدمة في إدارة الجودة في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا، وتفترض بأن الإدارة الأمريكية قد اعتنقت (TQM) حلاً لتحسين جودة الخدمة بينما بقيت الإدارة الألمانية تحاول اقتفاء جذورها التاريخية في تبني طرق مشابهـة لـ (TQM)، اكتشفت الدراسة بأن المنظمات العامة واجهت صعوبة في استخـدام تطبيقـات الـ(TQM) لأنه ليس من السهل تكييف السلع والخدمات للأساس الرياضي لهذه الأداة. قامت الدراسة بتحليل

استراتيجيات الجودة لـ (13) من الوكالات الحكومية لتحديد أل أنماط الموجودة لديها ووجدت أنها تستخدم أساليب إدارة الجودة ولكن دون تطبيق معياري محدد بينما كان الوضع في الإدارة الألمانية مختلفاً حيث أن بؤرة إصلاحات الإدارة الألمانية واضحة في الوضع التاريخي الذي قاد إلى تحسين الجودة في الخدمة الحكومية إذ كانت الإصلاحات الأولية قد بدأت في خصخصة الاحتكارات الحكومية.

دراسة (Hoon, 1995) وبحثت في المفاهيم الصناعية المعاصرة للصناعة الأمريكية التي تناولت الدور الاستراتيجي لإدارة الجودة والتي لم تتوقف فقط عند إدارة التكنولوجيا ولكن أيضاً من خلال نجاح التغييرات السلوكية والهيكلية، وشملت عينة الدراسة (167) من مديري الجودة لجمع بيانات حول العلاقات بين تطبيقات الجودة، والمزايا المدركة ومقاييس الأداء التي اختبرت ومن النتائج التي توصلت إليها أن تنفيذ تطبيقات جودة بديلة بدرجة مختلفة، يقود إلي زيادة المزايا السلوكية بالإضافة إلى تحسن الأداء الفعلي، وإن كل من تطبيقات الجودة التي أخذت بالاعتبار وفرت في الأقل بعض المزايا المتوقعة ولكن ليس كل التطبيقات التي يعتقد المديرين بأنها يمكن أن توفر هذه المزايا. وأن تطبيقات الجودة يمكن أن تزود تحسينات في الأداء من أجل حاجات تنظيمية محددة ولكن لا يوجد من يضمن أنها تنجح بدون أن تستخدم بالارتباط مع واحد أو أكثر من التطبيقات الأخرى.

دراسة (Redman and et .al,1995) أجريت هذه الدراسة لبحث تطبيقات إدارة الجودة في شمال شرق إنكلترا وفي القطاعين العام والخاص، وشملت العينة (4000) مدير واستخدمت الاستبانة في جمع البيانات المتعلقة بأدوات إدارة الجودة والفوائد والتأثير الإداري، بينت النتائج أن (50%) من المستجيبين من كلا القطاعين أكدوا وجود برامج رسمية للجودة معتمدة في منظماتهم، وأن (52%) من المنظمات العامة، و (53%) من المنظمات الخاصة قد أدخلت حملات للجودة خلال الخمس سنوات الماضية وأن (5%) من المنظمات العامة و (15%) من المنظمات الخاصة قد تأخرت في ذات الفترة . وتؤكد النتائج أن إدارة الجودة في قطاع الخدمات في المملكة المتحدة تنمو بدرجة كبيرة جداً في نطاق دورة حياة المنتج، وأن معظم

المديرين من كلا القطاعين توقعوا التزاماً طويل المدى بإدارة الجودة، وأن (80%) توقعوا أن يستمر هذه الالتزام إلى أمد غير محدد ، كما أوضحت النتائج وجود تباين في نطاق استخدام تقنيات إدارة الجودة بين القطاعين كما أن هناك تقارب في ذلك الاستخدام لدى البعض الأخر. أكد أكثر مـن (50%) بأن هناك تحسن رئيس في التأثير المدرك لبرامج الجودة، كما أكد مديرو القطاع العام بأن إنجازات إدارة الجودة في قطاعهم أقل نجاحاً مما هو في القطاع الخاص، ويرى معظم المستجيبين بأن هناك تحسناً في رضا المستهلك وتخفيض في مستوى الشكاوى، وتحسناً في الأمن، وفي فرق العمل ومعنوية العاملين، وتوصي الدراسة بضرورة تحسين إدارة الجودة في القطاع العام باعتبار أن أهميتها لا تقل في الوقت الحاضر عن أهميتها لدى القطاع الخاص .

دراسة (Navaratnam and Harris , 1994) تضمنت الدراسة تقييماً لتجربة خدمة الكهرباء في إحدى كبريات المقاطعـات الأسترالية (SEQEB) والتي تركز على رضا المستهلك، ولديها (80000) آلف مشترك: وتستخدم 150 فريق جودة. وتتبنى الـ TQM وتعتمد خمسة مبادئ لإدارة الجودة كما وضعت لنفسها عشرة مبادئ (لخدمة المستهلك).

اعتمدت الدراسة على البيانات التي وفرتها فرق الجودة بوسائل عديدة منها المقابلة، الاتصالات التلفونية، الاستبانات وتقوم تلك الفرق بمساعدة العاملين في مجالات تحسين جودة المنتج والخدمة، وتطوير مهارات وقابليات العاملين وتعزيز جودة وحياة العمل، والمساعدة في حل المشكلات، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن الأداء الضعيف أو فرص التحسن في خدمة المستهلك تعرف وتحدد من خلال فرق الجودة وان المتطلبات الحالية والمستقبلية وتوقعات المستهلكين هي التي تحدد اتجاه المؤسسة من خلال عملية التخطيط الاستراتيجي ، وتؤكد على ضرورة إعطاء الأولوية إلى رضا المستهلك باعتباره العامل الحاسم في نجاح المنظمة.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

من الواضح أن هذه الدراسة تلتقي مع بعض الدراسات السابقة التي تناولت من موضوع جودة الخدمة، لكن ما يميزها بالإضافة إلى الاختلاف من حيـث الهـدف

ومجتمع الدراسة والعينه، هو احتوائها هذه الأبعاد مضافا لها أبعاد أخـرى ضـمن إطار الدراسة وحدودها، كذلك أنها تعتبر المحاولة الأولى على مستوى الدولة بشكل عام وشركة الاتصالات السعودية بشكل خاص.

ويبين العرض السابق أنّه على الرغم من الاهتمام المتزايـد بتطبيـق الجـودة الشاملة، إلاّ أن هذا المفهوم لا يزال يواجه العديد من التحديات، سواء في المجـال النظري أو التطبيقي،. وقد ساعد استعراض الدراسات السابقة في إلقاء نظرة علـى مفهوم تطبيق الجودة الشاملة وأبعادها، والعوامل ذات التأثير الإيجـابي أو الـسلبي عليها، وأثرها في تميز المنظمات، لهذا جاءت هذه الدراسة لسد النقص الحاصل في هذا المجال، وهذا ما يميز الدراسة عن غيرها.

13.2 حدود الدراسة

اقتصرت هذه الدراسة على العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك، وعملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك، حيث تم توزيع الأستبانة على أفراد عينة الدراسة في الفترة الواقعة من 18-2007/4/28.

الفصل الثالث

المنهجية والتصميم

3. 1 المنهجية:

لقد تبنّت الدراسة منهجية البحث الوصفي، والميداني التحليلي، فعلى صعيد البحث الوصفي، تم إجراء المسح المكتبي والإطلاع على الدراسات والبحوث النظرية والميدانية، لأجل بلورة الأسس والمنطلقات التي يقوم عليها الإطار النظري، والوقوف عند أهم الدراسات السابقة، التي تشكّل رافداً حيوياً في الدراسة وما تتضمنه من محاور معرفية. أما على صعيد البحث الميداني الوصفي ، فقد تم إجراء المسح الاستطلاعي الشامل، وتحليل كافة البيانات المتجمعة من خلال الإجابة على الاستبانات، واستخدام الطرق الإحصائية المناسبة.

3. 2 مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في مختلف الوظائف والأعمال ومن كافة المستويات الإدارية العليا والمتوسطة والدنيا، الذين يعملون في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك، وعملاء شركة الاتصالات السعودية حيث بلغ عدد العاملين في شركة الاتصالات السعودية في منطقة تبوك (647) موظفاً، وبلغ التعداد الصافي لعملاء شركة الصالات السعودية في منطقة تبوك(57169) مشتركاً. في ضوء إحصائيات إدارة الموارد البشرية في شركة الاتصالات السعودية والمناطق التابعة لها بتاريخ 2007/4/15.

3. 3 عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائية طبقية تناسبية من العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك بلغ تعدادها(324) مفردة، وبما يشكل نسبة(50%)من مجتمع العاملين، وقد تم توزيع ما مجموع(324) استبانة، استرجع منها(289) استبانة بنسبة استرجاع بلغت (89.2%)، وقد تم استبعاد(14) استبانة لعدم صلاحيتها للتحليل، وبذلك خضعت للتحليل(275) استبانة تشكل ما نسبته (95.16%) من الاستبانات

المسترجعة، وما نسبته(84.9%) من عينة الدراسة، وما نسبته(42.5%) من مجتمع الدراسة الخاص بالعاملين والبالغ عددهم (647) وهي نسبة مقبولة لأغراض البحث العلمي. وتم اختيار عينة عشوائية طبقية تناسبية من عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك بلغ تعدادها(572) مفردة، وبما يشكل نسبة(0.01%)من عملاء شركة الاتصالات السعودية، وقد تم توزيع ما مجموع(572) استبانة، استرجع منها(481) استبانة بنسبة استرجاع بلغت (84.09%)، وقد تم استبعاد(40) استبانة لعدم صلاحيتها للتحليل، وبذلك خضعت للتحليل(441) استبانة تشكل ما نسبته (91.7%) من الاستبانات المسترجعة، وما نسبته(84.09%) من عينة الدراسة، وما نسبته(0.77%) من مجتمع العينة الذي يساوي(0.01%)من المجتمع الأصلي الخاص بعملاء شركة الاتصالات السعودية والبالغ عددهم (57169) وهي نسبة مقبولة لأغراض البحث العلمي.

جدول رقم (2)

وصف خصائص عينة العاملين

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة المئوية
العمر	30 سنة فأقل	51	%18.55
	31-40 سنة	94	%34.18
	41-50 سنة	74	%26.91
	51 سنة فأكثر	56	%20.36
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فما دون	49	%17.82
	دبلوم متوسط	69	%25.09
	بكالوريوس	126	%45.82
	دراسات عليا	31	%11.27
المسمى الوظيفي	مدير	9	%3.27
	مساعد مدير	16	%5.82
	رئيس قسم	39	%14.18
	رئيس شعبة	76	%27.64
	موظف	135	%49.09
الحالة الاجتماعية	أعزب	84	%30.55
	متزوج	191	%69.45
الخبرة	5سنوات فأقل	39	%14.18
	6-10 سنوات	92	%33.45
	11-15 سنة	193	%70.18
	16 سنة فأكثر	62	%22.55

بالنظر إلى الجدول رقم (2) أن غالبية المبحوثين كانوا من الفئة العمرية(31-40 سنة) بنسبة(34.18%)، في حين بلغت نسبة المبحوثين والذين تقع أعمارهم (51 سنة فأكثر) بنسبة (20.36%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، وهذا يشير إلى أن غالبية المبحوثين هم من فئة الشباب، وهم أكثر قدرةً على العطاء.

وبالنسبة لمتغير المؤهل العلمي للمبحوثين فقد وجد أن(45.82%) هم من حملة الشهادة الجامعية الأولى بكالوريوس، كما وجد أن(25.09%) هم من حملة دبلوم متوسط، وممن هم من حملة الثانوية عامة فما دون بنسبة(17.82%)، أما من هم حملة الدراسات العليا فجاءت نسبتهم(11.27%)، وهذا يشير إلى أن العاملين في شركة الاتصالات السعودية يتمتعون بمستويات تعليمية مرتفعة نسبياً.

أما بما يتعلق بمتغير مدة الخدمة فإن معظم المبحوثين كانوا من ذوي فئة الخدمة(11-15 سنة) بنسبة(70.18%) بينما كان أقل المبحوثين من ذوي فئة الخدمة (5 سنوات فأقل) وبلغت نسبتهم(14.18%)، وهذا يشير إلى أن العاملين في شركة الاتصالات السعودية يتمتعون بسنوات خبرة مرتفعة.

وبالنسبة لمتغير المسمى الوظيفي للمبحوثين فقد وجد أن(49.09%) يعملون بوظيفة موظف، في حين أن(3.27%) يعملون بوظيفة مدير.

وبالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية للمبحوثين فقد وجد أن(69.45%) متزوجين، في حين أن(30.55%) غير متزوجين.

جدول رقم (3)

وصف خصائص عينة العملاء

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة المئوية
العمر	30 سنة فأقل	173	%39.23
	31-40 سنة	129	%29.25
	41-50 سنة	84	%19.05
	51 سنة فأكثر	55	%12.47
المؤهل العلمي	ثانوية عامة فما دون	161	%36.51
	دبلوم متوسط	89	%20.18
	بكالوريوس	141	%31.97
	دراسات عليا	50	%11.34
الوظيفة	موظف قطاع عام	154	%34.92
	موظف قطاع خاص	108	%24.49
	لا يعمل	46	%10.43
	أخرى	133	%30.16
الحالة الاجتماعية	أعزب	189	%42.86
	متزوج	252	%57.14
النوع الاجتماعي	ذكر	289	%65.53
	أنثى	152	%34.47

بالنظر إلى الجدول رقم (3) أن أغلب أفراد عينة الدراسة كانوا من الذكور، حيث شكلـت نسبتهـم (65.53%) في حين بلغت نسبة الإناث (34.47%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، وذلك نتيجة للعادات والتقاليد التي يفرضها المجتمع السعودي.

وبالنسبة لمتغير العمر فإن غالبية المبحوثين كانوا من الفئة العمرية(30 سنة فأقل) بنسبة(39.23%)، في حين بلغت نسبة المبحوثين والذين تقع أعمارهم (51 سنة فأكثر) بنسبة (12.47%) من مجموع أفراد عينة الدراسة، وهذا يشير إلى أن الشباب هم أكثر عملاء شركة الاتصالات السعودية .

وبالنسبة لمتغير المؤهل العلمي للمبحوثين فقد وجد أن(36.51%) هم من حملة الثانوية العامة فما دون، كما وجد أن(31.97%) هم من حملة الشهادة الجامعية

الأولى بكالوريوس، وممن هم من حملة دبلوم كلية مجتمع بنسبة(20.18%)، أما من هم حملة الدراسات العليا فجاءت نسبتهم(11.34%).

أما بما يتعلق بمتغير مدة الخدمة فإن معظم المبحوثين كانوا من ذوي فئة الخدمة(11-15 سنة) بنسبة(35.1%) بينما كان أقل المبحوثين من ذوي فئة الخدمة (5 سنوات فأقل) وبلغت نسبتهم(12.4%).

وبالنسبة لمتغير الوظيفة للمبحوثين فقد وجد أن(34.92%) يعملون قطاع عام موظف، في حين أن(24.49%) يعملون بوظيفة قطاع خاص.

وبالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية للمبحوثين فقد وجد أن(57.14%) متزوجين، في حين أن(42.86%) غير متزوجين.

3. 4 أداة الدراسة :

تم تطوير استبانة الدراسة اعتماداً على الإطار النظري والدراسات السابقة فـي الموضوع، وقد تكونت الاستبانة من قسمين هما: الملحق رقم (1)

القسم الأول: ويتضمن المعلومات المعبرة عن خصائص عينة الدراسـة، طبقـاً للمتغيرات الديمغرافية وهي (النوع الاجتماعي ، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفـة، الحالة الاجتماعية، والخبرة).

القسم الثاني: ويتضمن (31) فقرة وتم الاسترشاد في بناء فقرات هذا المتغير بمقاييس الجودة Servperf و Servqual، وتم تطويـر استبانة لقيـاس جـودة الخدمـة في شركة الاتصالات السعودية مستفيـداً من دراسـات (Soliman, 2002 و الـ Al- Zaid، (Hernon & et.al, 1999)، (Wisniewski, 1996). وصنفت الإجابات وفق مقياس (ليكرت Likert) للخيارات المتعددة الذي يحتسب أوزان تلك الفقرات بطريقة خماسية على النحو الآتي: الخيار (تنطبق دائماً) ويمثل (5 درجات)، و(تنطبق غالباً) ويمثل (4 درجات)، و(تنطبق أحياناً) ويمثّل (3 درجات)، و(تنطبق نادراً) ويمثّل (درجتين)، و(لا تنطبق أبداً) ويمثّل (درجة واحدة). ويوضح الجدول رقم (4) متغيرات الدراسة والفقرات التي تقيس كل متغير.

جدول رقم(4)

متغيرات الدراسة وأرقام الفقرات التي تقيسها

المتغير	الفقرات
الدليل المادي الملموس	6-1
الاعتمادية	12-7
قوة الاستجابة	16-13
الأمان والثقة	21-17
التعاطفية	25-22
خصائص الشركة	31-26

3. 5 صدق الأداة

للتحقق من مدى صدق محتوى الأداة تم عرض الاستبانه على(10) محكمين من أعضاء هيئة التدريس والمتخصصين الأكاديميين في جامعة مؤتة للتحقق من مدى صدق محتوى فقرات الاستبانه وإبداء آرائهم حول كل فقرة من فقرات الاستبانه وانسجامها مع متغيرات وأبعاد الدراسة، وبعد الإطلاع على أراء المحكمين تم تعديل محتوى بعض الفقرات. وتم الأخذ بملاحظات هيئة التحكيم الواردة.

3. 6 ثبات الأداة:

تم استخراج معامل الثبات(كرونباخ ألفا) للتأكد من الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة، وقد بلغت قيمها كما يلي:

جدول رقم(5)

قيمة معامل الثبات (الاتساق الداخلي) لكل متغير من متغيرات الدراسة

رقم المتغير	أرقام الفقرات	اسم المتغير	معامل الثبات(كرونباخ الفا)
1	6-1	الدليل المادي الملموس	0.8539
2	12-7	الاعتمادية	0.8041
3	16-13	قوة الاستجابة	0.8932
4	21-17	الأمان والثقة	0.8356
5	25-22	التعاطفية	0.9111
6	31-26	خصائص الشركة	0.9076
6-1	31-1	الكلي	0.9158

يلاحظ من الجدول رقم(5) أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مرتفعة حيث بلغ معامل الثبات لكافة فقرات الأداة(0.9158) وهي نسبة ثبات عالية ومقبولة لأغراض إجراء الدراسة.

7.3 المعالجة الإحصائية :

للإجابة على أسئلة الدراسة وللتحقق من صحة فرضياتها استخدمت الأساليب الإحصائية الآتية :

1- مقاييس الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic لوصف عينة الدراسة باستخدام النسب المئوية ولترتيب متغيرات الدراسة حسب الأهمية النسبية اعتماداً على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. واستخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمقارنة بين أبعاد الدراسة من ناحية وللحصول على مؤشرات للمقارنة بين مقياسي Servperf و Servqual من ناحية أخرى .
2- أختبار ت (t.test) للفروق بين أبعاد جودة الخدمة المدركة من وجهة نظر العملاء والعاملين.
3- تحليل التباين المتعدد(Manova) وذلك لقياس أثر المتغيرات الديموغرافية على أبعاد جودة الخدمة المدركة ولكل مقياس على حده.
4- كروسكال والس Kruskall Wallas وذلك للتأكد من وجود أو عدم وجود فروق إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المدركة على مقياسي الدراسة.

3. 8 التعريفات الإجرائية:

الدليل المادي الملموس: ويشير هذا البعد للأجهزة والمعدات والبرمجيات والتقنيات والعاملين ووسائل الاتصال المستخدمة في شركة الاتصالات السعودية (Victoria & Yvan, 2006).

الاعتمادية: وتعني قدرة شركة الاتصالات السعودية من تقديم الخدمات المطلوبة إلى المستفيدين بدقة واستقلالية وإلى قدرتها على الالتزام بالوعود التي تقطعها على نفسها تجاه العملاء(Shomsul, 2001).

الاستجابة: ويشير هذا البعد لرغبة العاملين في شركة الاتصالات السعودية في خدمة المستفيدين واستجاباتهم لمطالبهم، وتقديم العون والمساعدة للعملاء(Al-Marri, et.al , 2007) .

الأمان والثقة: وتعني قدرة في شركة الاتصالات السعودية في خلق الثقة بين عملائها، وأن يشعر العملاء بالأمان عند تعاملهم مع العاملين في الشركة (Scharitzer and et.al, 2000).

التعاطفية: وتعني الاهتمام الزائد من قبل العاملين في شركة الاتصالات السعودية بالعملاء بحيث تكون المصلحة العليا للعميل في صلب اهتماماتهم(Eagle,& Brennan, 2007).

خصائص الشركة: وتعني قدرة شركة الاتصالات السعودية من توفير تسهيلات لنقاهة وترفيه العملاء، وتخصيص أماكن محددة للانتظار والمراجعة، وأن تستخدم الشركة عدد كافٍ من العاملين يتناسب وحجم العمل (Vouzas , &. Psychogios, 2007)

الفصل الرابع

عرض النتائج

فيما يلي عرض لنتائج التحليل الإحصائي الوصفي للبيانات حيث تم استخراج قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لجميع أبعاد الدراسة، والفقرات المكونة لكل بعد، مع الأخذ بعين الاعتبار أن تدرج المقياس المستخدم (ليكرت) في الدراسة كما يلي:

لا تنطبق أبداً	تنطبق نادراً	تنطبق أحياناً	تنطبق غالباً	تنطبق دائماً
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

واستناداً إلى ذلك فإن قيم المتوسطات الحسابية التي وصلت إليها الدراسة، سيتم التعامل معها لتفسير البيانات على النحو التالي:

مرتفع	متوسط	منخفض
أكبر من 3,49	من2,49-3,49	أقل من 2,49

وبناء على ذلك فإذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات أكبر من (3,49) فيكون مستوى التصورات مرتفعاً، وهذا يعني موافقة أفراد المجتمع على الفقرة، أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي (من2,49-3,49) فإن تقدير المبحوثين ذات مستوى متوسطاً، وإذا كان المتوسط الحسابي أقل من (2.49) فيكون تقدير المبحوثين ذات مستوى منخفض.

4. 1 الإجابة عن أسئلة الدراسة:

السؤال الأول: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الدليل المادي الملموس كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة؟

الجدول رقم(6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحوثين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الدليل المادي الملموس.

رقم الفقرة	الفقرة	العاملين			عملاء		
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.1	تتوفر لدى الشركة معدات وأجهزة تقنية حديثة.	3.78	0.94	مرتفع	3.22	0.93	متوسط
.2	تتوفر لدى الشركة برمجيات حديثة.	3.69	0.96	مرتفع	3.45	1.01	متوسط
.3	تتوفر لدى الشركة مرافق مادية وتسهيلات ملائمة.	3.65	0.98	مرتفع	3.31	0.98	متوسط
.4	يبدو العاملون في الشركة على درجة عالية من حسن المظهر	3.57	0.99	مرتفع	3.34	0.97	متوسط
.5	يتلاءم المظهر العام للشركة مع طبيعة الخدمات المقدمة للعملاء.	3.73	0.91	مرتفع	3.47	1.00	متوسط
.6	تخضع المعدات المستخدمة في الشركة لصيانة دورية	3.70	0.97	مرتفع	3.30	1.02	متوسط
1-6	المتوسط العام	3.69	0.53	مرتفع	3.35	0.66	متوسط

يظهر من الجدول رقم (6) أن المتوسط العام لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الدليل المادي الملموس جاءت بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.35)، وانحراف معياري(0.66)، وقد احتلّت الفقرة رقم(5) (يتلاءم المظهر العام للشركة مع طبيعة الخدمات المقدمة للعملاء) المرتبة الأولـى، بمتوسط حسابـي بلغ (3.47) وانحراف معياري(1.00)، في حين جاءت الفقرة رقم(1) (تتوفر لدى الشركة معدات وأجهزة تقنية حديثة) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.22)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة متوسطة.

أما إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الدليل المادي الملموس جاءت بدرجة مرتفعة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.69)، وانحراف معياري(0.53)، وقد احتلّت الفقرة رقم(1) (تتوفر لدى الشركة معدات وأجهزة تقنية حديثة) المرتبة الأولـى، بمتوسط حسابـي بلغ (3.78) وانحراف معياري(0.94)، في حين جاءت الفقرة رقم(4) (يبدو العاملون في الشركة على درجة عالية من حسن المظهر) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.57)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة مرتفعة.

السؤال الثاني: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الاعتمادية كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة؟

الجدول رقم(7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحوثين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الاعتمادية.

رقم الفقرة	الفقرة	العاملين			عملاء		
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.7	تفي إدارة الشركة بالوعود التي تقطعها على نفسها تجاه العملاء قدر تعلق الأمر بها .	3.55	0.96	مرتفع	3.44	1.03	متوسط
.8	تبدى الشركة اهتماماً مخلصاً بمشاكل العملاء وتعمل على ايجاد الحلول لها.	3.57	0.94	مرتفع	3.39	1.01	متوسط
.9	تحرص الشركة على تقديم الخدمة بالشكل الصحيح في المقام الأول.	3.53	1.00	مرتفع	3.43	1.02	متوسط
.10	تلتزم الشركة بالتوقيتات المحددة لتقديم خدماتها إلى العملاء.	3.52	1.01	مرتفع	3.14	0.99	متوسط
.11	تحتفظ الشركة بسجلات دقيقة وموثقة.	3.54	0.97	مرتفع	3.33	1.00	متوسط
.12	المعلومات المقدمة من الشركة يمكن للعملاء الاعتماد عليها	3.51	0.99	مرتفع	3.18	0.96	متوسط
7-12	المتوسط العام	3.54	0.62	مرتفع	3.32	0.68	متوسط

يظهر من الجدول رقم (7) أن المتوسط العام لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الاعتمادية جاءت بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.32)، وانحراف معياري(0.68)، وقد احتلّت الفقرة رقم(7) (تفي إدارة الشركة بالوعود التي تقطعها على نفسها تجاه العملاء قدر تعلق الأمر بها) المرتبة الأولـى، بمتوسط حسابـي بلغ (3.44) وانحراف معياري(1.03)، في حين جاءت الفقرة رقم(10) (تلتزم الشركة بالتوقيتات المحددة لتقديم خدماتها إلى العملاء) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.14)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة متوسطة.

أما إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الاعتمادية جاءت بدرجة مرتفعة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.54)، وانحراف معياري(0.62)، وقد احتلّت الفقرة رقم(8) (تبدى الشركة اهتماماً مخلصاً بمشاكل العملاء وتعمل على ايجاد الحلول لها) المرتبة الأولـى، بمتوسط حسابـي بلغ (3.57) وانحراف معياري(0.94)، في حين جاءت الفقرة رقم(12) (المعلومات المقدمة من الشركة يمكن للعملاء الاعتماد عليها) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.51)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة مرتفعة.

السؤال الثالث: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو قوة الاستجابة كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة؟

الجدول رقم(8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحوثين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو قوة الاستجابة.

رقم الفقرة	الفقرة	العاملين			عملاء		
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.13	يخبر العـاملون فـي الـشركة عملائهم بالضبط بكيفيـة تنفيـذ الخدمة .	3.59	0.92	مرتفع	3.40	0.95	متوسط
.14	إن العاملين في الـشركة علـى استعداد لتلبية طلبـات العمـلاء فورا .	3.65	0.96	مرتفع	3.38	1.03	متوسط
.15	إن العاملين في الشركة يرغبون دوماً بتقديم المساعدة للعملاء.	3.63	0.94	مرتفع	3.32	0.92	متوسط
.16	الشركة دائماً مـشغولة لتقـديم المعلومـات المطلوبـة منهـا للعملاء.	3.68	0.91	مرتفع	3.36	0.96	متوسط
13-16	المتوسط العام	3.64	0.53	مرتفع	3.37	0.62	متوسط

يظهر من الجدول رقم (8) أن المتوسط العام لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو قوة الاستجابة جاءت بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.37)، وانحراف معياري(0.62)، وقد احتلّت الفقرة رقم(13) (يخبر العاملون في الشركة عملائهم بالضبط بكيفية تنفيذ الخدمة) المرتبة الأولـى، بمتوسط حسابـي بلغ (3.40) وانحراف معياري(0.95)، في حين جاءت الفقرة رقم(15) (إن العاملين في الشركة يرغبون دوماً بتقديم المساعدة للعملاء) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.32)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة متوسطة.

أما إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو قوة الاستجابة جاءت بدرجة مرتفعة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.64)، وانحراف

معياري(0.53)، وقد احتلّت الفقرة رقم(16) (الشركة دائماً مشغولة لتقديم المعلومات المطلوبة منها للعملاء) المرتبة الأولــى، بمتوسط حسابــي بلغ (3.68) وانحراف معياري(0.91)، في حين جاءت الفقرة رقم(13) (يخبر العاملون في الشركة عملائهم بالضبط بكيفية تنفيذ الخدمة) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.59)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة مرتفعة.

السؤال الرابع: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الأمان والثقة كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة؟

الجدول رقم(9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحوثين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الأمان والثقة.

رقم الفقرة	الفقرة	العاملين			عملاء		
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.17	يغرس سلوك العاملين في الشركة الثقة في نفوس العملاء.	3.68	0.90	مرتفع	3.04	0.98	متوسط
.18	إنك تشعر بالأمان عند تعاملك مع العاملين في الشركة.	3.70	0.96	مرتفع	3.12	0.89	متوسط
.19	يتسم سلوك العاملين في الشركة باللباقة في تعاملهم مع العملاء.	3.63	0.90	مرتفع	3.38	1.04	متوسط
.20	يمتلك العاملون في الشركة المعرفة الكافية للإجابة على أسئلة العملاء واستفساراتهم .	3.72	0.99	مرتفع	3.35	1.03	متوسط
.21	يمتلك العاملون في الشركة المهارات لأداء وظائفهم بشكل جيد	3.58	0.89	مرتفع	3.24	0.99	متوسط
17-21	المتوسط العام	3.66	0.57	مرتفع	3.23	0.68	متوسط

يظهر من الجدول رقم (9) أن المتوسط العام لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الأمان والثقة جاءت بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.23)، وانحراف معياري(0.68)، وقد احتلّت الفقرة رقم(19) (يتسم سلوك العاملين في الشركة باللباقة في تعاملهم مع العملاء) المرتبة الأولــى، بمتوسط

حسابـي بلغ (3.38) وانحراف معياري(1.04)، في حين جاءت الفقرة رقم(17) (يغرس سلوك العاملين في الشركة الثقة في نفوس العملاء) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.04)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة متوسطة.

أما إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الأمان والثقة جاءت بدرجة مرتفعة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.66)، وانحراف معياري(0.57)، وقد احتلّت الفقرة رقم(20) (يمتلك العاملون في الشركة المعرفة الكافية للإجابة على أسئلة العملاء واستفساراتهم) المرتبة الأولـى، بمتوسط حسابـي بلغ (3.72) وانحراف معياري(0.99)، في حين جاءت الفقرة رقم(21) (يمتلك العاملون في الشركة المهارات لأداء وظائفهم بشكل جيد) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.59)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة مرتفعة.

السؤال الخامس: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو التعاطفية كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة؟

الجدول رقم(10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحوثين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو التعاطفية.

رقم الفقرة	الفقرة	العاملين			عملاء		
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.22	تولي الشركة الاهتمام المناسب لكل عميل.	3.85	0.89	مرتفع	3.15	1.03	متوسط
.23	تضع الشركة المصلحة العليا للعميل في صاب اهتماماته.	3.75	0.96	مرتفع	3.11	1.02	متوسط
.24	تتفهم الشركة وتدعم حاجات محددة للعاملين للقيام بمهامهم بشكل أفضل.	3.68	0.92	مرتفع	3.09	0.99	متوسط
.25	ساعات العمل في الشركة ملاءمة وعلى مدار الساعة.	3.76	1.05	مرتفع	3.01	0.96	متوسط
22-25	المتوسط العام	3.76	0.52	مرتفع	3.09	0.69	متوسط

يظهر من الجدول رقم (10) أن المتوسط العام لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو التعاطفية جاءت بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.09)، وانحراف معياري(0.69)، وقد احتلّت الفقرة رقم(22) (تولي الشركة الاهتمام المناسب لكل عميل) المرتبة الأولـى، بمتوسط حسابـي بلغ (3.15) وانحراف معياري(1.03)، في حين جاءت الفقرة رقم(25) (ساعات العمل في الشركة ملاءمة وعلى مدار الساعة) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.01)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة متوسطة.

أما إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو التعاطفية جاءت بدرجة مرتفعة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.76)، وانحراف معياري(0.52)، وقد احتلّت الفقرة رقم(22) (تولي الشركة الاهتمام المناسب لكل عميل) المرتبة الأولـى، بمتوسط حسابـي بلغ (3.85) وانحراف معياري(0.89)، في حين جاءت

الفقرة رقم(24) (تتفهم الشركة وتدعم حاجات محددة للعاملين للقيام بمهامهم بشكل أفضل) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.68)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة مرتفعة.

السؤال السادس: ما مستوى إدراك (العاملين والعملاء) في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو خصائص الشركة كبعد من أبعاد جودة الخدمة المدركة؟

الجدول رقم(11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإدراك المبحوثين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو خصائص الشركة.

رقم الفقرة	الفقرة	العاملين			عملاء		
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.26	توفر الشركة تسهيلات لنقاهة وترفيه العملاء.	3.63	0.99	مرتفع	3.40	1.01	متوسط
.27	تخصص الشركة أماكن محددة للانتظار والمراجعة.	3.67	0.94	مرتفع	3.34	0.98	متوسط
.28	تطبق الشركة نظام محوسب للتعامل مع العملاء.	3.75	0.90	مرتفع	3.27	0.97	متوسط
.29	تستخدم الشركة عدد كافٍ من العاملين لتقديم خدمة أفضل للعملاء .	3.70	0.93	مرتفع	3.30	1.00	متوسط
.30	تستخدم الشركة عدد كافٍ من العاملين يتناسب وحجم العمل .	3.73	0.96	مرتفع	3.20	1.02	متوسط
.31	تستخدم الشركة نظام ومعلومات لمتابعة العملاء.	3.62	0.97	مرتفع	3.36	0.99	متوسط
26-31	المتوسط العام	3.68	0.55	مرتفع	3.31	0.64	متوسط

يظهر من الجدول رقم (11) أن المتوسط العام لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو خصائص الشركة جاءت بدرجة متوسطة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.31)، وانحراف معياري(0.64)، وقد احتلّت الفقرة رقم(26) (توفر الشركة تسهيلات لنقاهة وترفيه العملاء) المرتبة الأولـى، بمتوسط

حسابـي بلغ (3.40) وانحراف معياري(1.01)، في حين جاءت الفقرة رقم(30) (تستخدم الشركة عدد كافٍ من العاملين يتناسب وحجم العمل) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.20)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة متوسطة.

أما إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو خصائص الشركة جاءت بدرجة مرتفعة، وبمتوسط حسابي بلغ (3.68)، وانحراف معياري(0.55)، وقد احتلّت الفقرة رقم(28) (تطبق الشركة نظام محوسب للتعامل مع العملاء.) المرتبة الأولـى، بمتوسط حسابـي بلغ (3.75) وانحراف معياري(0.90)، في حين جاءت الفقرة رقم(31) (تستخدم الشركة نظام ومعلومات لمتابعة العملاء) في المرتبة الأخيرة بين فقرات هذا البعد، بمتوسط حسابي بلغ(3.62)، كما يظهر من الجدول أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات هذا البعد جاءت بدرجة مرتفعة.

4. 2 اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلاله أحصائية بين أبعاد جودة الخدمات المدركة من وجهة نظر العملاء و والعاملين.

جدول رقم (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (T) لأبعاد جودة الخدمة المدركة وجهة نظر العملاء، العاملين.

تسلسل الفقرات	الأبعاد	العاملين		عملاء		قيمة t	أهمية t
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
6-1	الدليل المادي الملموس	3.69	0.53	3.35	0.66	*8.57	0.000
12-7	الاعتمادية	3.54	0.62	3.32	0.68	*6.95	0.000
16-13	قوة الاستجابة	3.64	0.53	3.37	0.62	*7.89	0.000
21-17	الأمان والثقة	3.66	0.57	3.23	0.68	*9.87	0.000
25-22	التعاطفية	3.76	0.52	3.09	0.69	*12.68	0.000
31-26	خصائص الشركة	3.68	0.55	3.31	0.64	*8.46	0.000
31-1	الكلي	3.66	0.51	3.28	0.57	*10.28	0.000

$*\alpha \leq 0.05$

يبين الجدول رقم (12) أن المتوسطات الحسابية لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك لأبعاد جودة الخدمة المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة، الأمان والثقة، التعاطفية، خصائص الشركة) جاءت بدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الكلّي لأبعاد الجودة المدركة (3.28) وانحراف معياري(0.57)، وقد احتّل بعد قوة الاستجابة المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي بلغ (3.37)، يلي ذلك بعد الدليل المادي الملموس، بمتوسط حسابي بلغ (3.35)، وجاء في المرتبة الثالثة بعد الاعتمادية، بمتوسط حسابي بلغ (3.32)، أما بعد خصائص الشركة فقد جاء في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (3.34)، وجاء في المرتبة الخامسة بعد الأمان والثقة بمتوسط حسابي بلغ (3.23)، وجاء في المرتبة السادسة والأخيرة بعد التعاطفية بمتوسط حسابي بلغ (3.09).

وأن المتوسطات الحسابية لإدراك العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك لأبعاد جودة الخدمة المدركة(الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة، الأمان والثقة، التعاطفية، خصائص الشركة) جاءت بدرجة مرتفعة، وبلغ المتوسط الكلّي لأبعاد الجودة المدركة (3.66) وانحراف معياري(0.51)، وقد احتّل بعد التعاطفية المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي بلغ (3.76)، يلي ذلك بعد الدليل المادي الملموس، بمتوسط حسابي بلغ (3.69)، وجاء في المرتبة الثالثة بعد خصائص الشركة، بمتوسط حسابي بلغ (3.68)، أما بعد الأمان والثقة فقد جاء في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ (3.66)، وجاء في المرتبة الخامسة بعد قوة الاستجابة بمتوسط حسابي بلغ (3.23)، وجاء في المرتبة السادسة والأخيرة بعد الاعتمادية بمتوسط حسابي بلغ (3.54).

كما وجاءت قيمة (T) المحسوبة معنوية وذات دلالة إحصائية على مستوى ($\alpha \leq 0.05$) ولصالح العاملين، وهذا يعني أن إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك لأبعاد جودة الخدمة المدركة(الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة، الأمان والثقة، التعاطفية، خصائص الشركة) أعلى من إدراك العملاء، مما يقتضي رفض الفرضية وقبول البديلة والتي تنص على وجود

فروق ذات دلاله أحصائية بين أبعاد الجودة المدركة مـن وجهـة نظـر العمـلاء والعاملين.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين أبعاد جودة الخدمه المدركة من وجهة نظر العملاء تعزى للمتغيرات الديموغرافية(النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، الحالة الاجتماعية).

الجدول رقم (13)

نتائج تحليل التباين المتعدد لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغيرات(النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، الحالة الاجتماعية)

المتغير	قيمة Wilks' Lambda	قيمة Hotelling's Trace	قيمة (ف) المناظرة	مستوى الدلالة
النوع الاجتماعي	-	0.061	*5.739	0.000
الحالة الاجتماعية	-	0.013	1.598	0.658
العمر	0.981	-	1.791	0.427
المؤهل العلمي	0.873	-	*4.351	0.000
الوظيفة	0.717	-	1.779	0.496

*$\alpha \leq 0.05$

للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين المتعـدد (MANOVA) على اعتبار أن أبعاد الجودة المدركة من وجهة نظر العملاء(الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الشركة) متغيـرات تابعة والمتغيرات الديموغرافية(النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفـة، الحالة الاجتماعية) متغيرات مستقلة وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

أولا: الفروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحـو أبعاد جودة الخدمات المدركة تبعاً لمتغير "النوع الاجتماعي":

لدى أجراء تحليل التباين للمتغيرات المتعددة للفروق بين النوع الاجتمـاعي علـى أبعاد جودة الخدمه المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قـوة الاسـتجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الشركة) مجتمعة كانت قيمة الإحصائي هوتلنجز (Hotellings) (0.061)، وقيمة (ف) المناظرة لها (5.739) وهي دالة إحـصائيا

عند مستوى (α=0.05). وهذا يشير إلى أنه توجد فروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمات المدركة تبعـاً لمتغيـر "النوع الاجتماعي". مما يقتضي رفض الفرضية فيما يتعلق بهذا المتغيـر، وقبـول البديلة والتي تنص على وجود فروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات الـسعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمات المدركة تبعاً لمتغير "النوع الاجتماعي .

ولتحديد في أي من المتغيرات التابعة كان هناك فروق للنوع الاجتماعي فقـد تم أجراء أختبار (ف) الأحاديـة (Univariate F- test) للفـروق بـين النـوع الاجتماعي في كل من (الدليل المادي الملمـوس، الاعتماديـة، قـوة الاسـتجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الشركة) كل على حده والجدول رقم (14) يبين نتائج هذه الاختبارات.

جدول (14)

نتائج تحليل التباين الأحادي لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "النوع الاجتماعي"

المتغير التابع	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الدليل المادي الملموس	4.746	1	4.746	*5.152	0.024
الاعتمادية	9.917	1	9.917	*8.123	0.005
قوة الاستجابة	11.722	1	11.722	*13.344	0.000
التعاطفية	3.469	1	3.469	*5.597	0.018
الأمان والثقة	1.837	1	1.837	*4.509	0.034
خصائص الشركة	0.540	1	0.540	0.941	0.332

$*\alpha \leq 0.05$

ولمعرفة مصادر الفروقات بين فئات متغير النوع الاجتماعي فـي(الـدليل المادي الملموس، التعاطفية، الاعتمادية، قوة الاستجابة، الأمان والثقة) لدى عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك ولتحديد لصالح من كانت الفروق تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والجدول (15) يبين هذه النتائج.

جدول(15)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للدليل المادي الملموس، التعاطفية، الاعتمادية، قوة الاستجابة، الأمان والثقة تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي

المتغير التابع	النوع الاجتماعي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الدليل المادي الملموس	ذكر	3.54	0.54
	أنثى	3.40	0.77
الاعتمادية	ذكر	3.58	0.58
	أنثى	3.39	0.93
قوة الاستجابة	ذكر	3.48	0.69
	أنثى	3.36	0.78
التعاطفية	ذكر	3.57	0.71
	أنثى	3.40	0.92
الأمان والثقة	ذكر	3.49	0.86
	أنثى	3.39	0.91

ويبن الجدول ان الدليل المادي الملموس لدى عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك من الذكور أعلى منها عند الإناث حيث متوسط إجابة الذكور بلغ (3.54)، في حين بلغ المتوسط الإناث (3.40). وان الاعتمادية لدى عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك من الذكور أعلى منها عند الإناث حيث متوسط إجابة الذكور بلغ (3.58)، في حين بلغ المتوسط الإناث (3.39). وان قوة الاستجابة لدى عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك من الذكور أعلى منها عند الإناث حيث متوسط إجابة الذكور بلغ (3.48)، في حين بلغ المتوسط الإناث (3.36). ويبن الجدول ان التعاطفية لدى عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك من الذكور أعلى منها عند الإناث حيث متوسط إجابة الذكور بلغ (3.57)، في حين بلغ المتوسط الإناث (3.40). وان الأمان والثقة لدى عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك من الذكور أعلى منها عند الإناث حيث متوسط إجابة الذكور بلغ (3.49) في حين بلغ المتوسط الإناث (3.39).

ثانياً: الفروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "العمر":

لدى أجراء تحليل التباين للمتغيرات المتعددة للفروق بين العمر على أبعـاد جـودة الخدمه المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاسـتجابة، التعاطفيـة، الأمان والثقة، خصائص الشركة) مجتمعة كانت قيمـة ولكـس(Wilks) (0.981)، وقيمة(ف) المناظرة لها(1.791) وهي غير دالة إحصائيا عند مـستوى(α=0.05). وهذا يشير إلى أنة لا يوجد فروق للعمر على المتغيرات التابعـة مجتمعـة. ممـا يقتضي قبول الفرضية فيما يتعلق بهذا المتغير.

ثالثاً: الفروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "المؤهل العلمي":

جدول (16)

نتائج تحليل التباين الأحادي لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "المؤهل العلمي"

المتغير التابع	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الدليل المادي الملموس	10.438	3	3.479	*3.777	0.011
الاعتمادية	28.912	3	9.637	*7.894	0.000
قوة الاستجابة	33.399	3	11.133	*12.674	0.000
التعاطفية	3.494	3	1.165	1.879	0.132
الأمان والثقة	720.	3	0.240	0.589	0.622
خصائص الشركة	2.833	3	0.994	1.645	0.178

*$\alpha \leq 0.05$

لدى أجراء تحليل التباين للمتغيرات المتعددة للفروق بين المؤهل العلمي على أبعاد جودة الخدمات المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاسـتجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الشركة) مجتمعة كانت قيمـة ولكـس(Wilks) (0.873)، وقيمـة(ف) المنـاظرة لهـا(4.351) وهـي دالـة إحـصائيا عنـد مستوى(α=0.05). وهذا يشير إلى أنة يوجد فروق للمؤهل العلمي على المتغيرات

التابعة مجتمعة. مما يقتضي رفض الفرضية فيما يتعلق بهذا المتغير. وهذا يشير إلى أنه كلما زاد المؤهل العلمي للمبحوث فإنه يتبلور لدية اتجاهات إيجابية نحو تحقيـق أبعاد جودة الخدمة.

ولتحديد في أي من المتغيرات التابعة كان هناك فروق للمؤهل العلمـي فقـد أجراء اختبار(ف) الأحادية (Univariate F- test) للفروق بين المؤهل العلمي في كل من(الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الشركة) كل على حده والجدول رقم (16) يبين نتائج هذه الاختبارات.

ولمعرفة مصادر الفروقات بين فئات متغير المؤهل العلمي في (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة) لدى عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك ويعزز ذلك نتائج اختبار شفيه للمقارنات البعدية.

1. الدليل المادي الملموس:

يبين الجدول رقم(17) أن هنالك مصادر فروق بين متوسطات إجابات المبحوثين ذوي المؤهل العلمي(دراسات عليا) ومتوسط الفئة الأولى(ثانوية عامـة فمـا دون) حيث بلغ متوسط الفئة الرابعة(دراسات عليا)(3.57)، أما متوسط الفئة الأولى(ثانوية عامة فما دون) فقد بلغ(3.38) ولصالح المبحوثين ذوي المؤهل العلمـي دراسـات عليا.

الجدول رقم (17)

نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو الدليل المادي الملموس حسب متغير المؤهل العلمي

فئات المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	ثانوية عامة فما دون	دبلوم متوسط	بكالوريوس	دراسات عليا
ثانوية عامة فما دون	3.38	-	-	-	*0.19
دبلوم متوسط	3.44	-	-	-	-
بكالوريوس	3.48	-	-	-	-
دراسات عليا	3.57	-	-	-	-

* ذات دلالة إحصائية على مستوى (α= 0.05)

2. الاعتمادية:

يبين الجدول رقم(18) أن هناك مصادر فروق بين متوسطات إجابات المبحوثين ذوي المؤهل العلمي(دراسات عليا) ومتوسط الفئة الأولى(ثانوية عامـة فمـا دون) حيث بلغ متوسط الفئة الرابعة(دراسات عليا)(3.59)، أما متوسط الفئة الأولى(ثانوية عامة فما دون) فقد بلغ(3.41) ولصالح المبحوثين ذوي المؤهل العلمـي دراسـات عليا.

الجدول رقم (18)

نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو الاعتمادية حسب متغير المؤهل العلمي

فئات المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	ثانوية عامة فما دون	دبلوم متوسط	بكالوريوس	دراسات عليا
ثانوية عامة فما دون	3.41	-	-	-	*0.20
دبلوم متوسط	3.45	-	-	-	-
بكالوريوس	3.50	-	-	-	-
دراسات عليا	3.59	-	-	-	-

* ذات دلالة إحصائية على مستوى (α= 0.05)

3. قوة الاستجابة:

يبين الجدول رقم(19) أن هناك مصادر فروق بين متوسطات إجابات المبحوثين ذوي المؤهل العلمي(دراسات عليا) ومتوسط الفئة الأولى(ثانوية عامـة فمـا دون) حيث بلغ متوسط الفئة الرابعة(دراسات عليا)(3.56)، أما متوسط الفئة الأولى(ثانوية عامة فما دون) فقد بلغ(3.32) ولصالح المبحوثين ذوي المؤهل العلمـي دراسـات عليا.

الجدول رقم (19)

نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية

لتصورات المبحوثين نحو قوة الاستجابة حسب متغير المؤهل العلمي

فئات المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	ثانوية عامة فما دون	دبلوم متوسط	بكالوريوس	دراسات عليا
ثانوية عامة فما دون	3.32	-	-	-	*0.24
دبلوم متوسط	3.38	-	-	-	-
بكالوريوس	3.41	-	-	-	-
دراسات عليا	3.56	-	-	-	-

* ذات دلالة إحصائية على مستوى (α= 0.05)

رابعاً: الفروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "الوظيفة":

لدى أجراء تحليل التباين للمتغيرات المتعددة للفروق بين الوظيفة على أبعـاد جودة الخدمه المدركة (الدليل المـادي الملمـوس، الاعتماديـة، قـوة الاسـتجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الشركة) مجتمعة كانت قيمـة ولكـس(Wilks) (0.717)، وقيمة (ف) المناظرة لها (1.779) وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى (α=0.05). وهذا يشير إلى أنه لا يوجد فروق للوظيفة على المتغيـرات التابعـة مجتمعة. مما يقتضي قبول الفرضية فيما يتعلق بهذا المتغير. وهذا يـشير إلـى أن العملاء بغض النظر على طبيعة وظائفهم وأعمالهم التي يشغلونها فإنه تتوفر لـديهم اتجاهات إيجابية نحو توافر أبعاد جودة الخدمة في شركة الاتصالات السعودية.

خامساً: الفروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبـوك نحـو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "الحالة الاجتماعية":

لدى أجراء تحليل التباين للمتغيرات المتعددة للفروق بين الحالة الاجتماعية علـى أبعاد جودة الخدمه المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قـوة الاسـتجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الشركة) مجتمعة كانت قيمة الإحصائي هوتلنجز (Hotellings) (0.013)، وقيمة (ف) المناظرة لها (1.598) وهـي غيـر دالـة إحصائيا عند مستوى (α=0.05). وهذا يشير إلى أنـه لا يوجـد فـروق للحالـة

الاجتماعية على المتغيرات التابعة مجتمعة. مما يقتضي قبول الفرضية فيما يتعلـق بهذا المتغير.

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المدركة من وجهة نظر العاملين تعزى للمتغيرات الديموغرافية(الخبرة، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، الحالة الاجتماعية).

الجدول رقم (20)

نتائج تحليل التباين المتعدد لإدراك العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغيرات(**الخبرة**، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، الحالة الاجتماعية)

المتغير	قيمة Wilks' Lambda	قيمة Hotelling's Trace	قيمة (ف) المناظرة	مستوى الدلالة
الخبرة	0.643	-	1.780	0.284
الحالة الاجتماعية	-	0.011	2.077	0.057
العمر	0.930	-	*2.780	0.000
المؤهل العلمي	0.998	-	*4.059	0.000
الوظيفة	0.709	-	1.014	0.459

$*\alpha \leq 0.05$

للإجابة عن هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين المتعـدد (MANOVA) على اعتبار أن أبعاد جودة الخدمة المدركة من وجهة نظر العاملين(الدليل المـادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الـشركة) متغيرات تابعة والمتغيرات الديموغرافية(الخبرة، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفـة، الحالة الاجتماعية) كمتغيرات مستقلة وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

أولا: الفروق في إدراك العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "الخبرة":

لدى أجراء تحليل التباين للمتغيرات المتعددة للفروق بين الخبرة على أبعاد جـودة الخدمة المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاسـتجابة، التعاطفيـة، الأمان والثقة، خصائص الـشركة) مجتمعـة كانـت ولكـس(Wilks) (0.643)، وقيمة(ف) المناظرة لها(1.780) وهي غير دالة إحصائيا عند مـستوى(α=0.05).

وهذا يشير إلى أنه لا توجد فروق في إدراك العاملين شركة الاتصالات الـسعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "الخبرة". مما يقتضي قبول الفرضية فيما يتعلق بهذا المتغير. ورفض البديلة والتي تنص على أنه توجد فـروق ذات دلالة إحصائية لإدراك العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحـو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "الخبرة".

ثانياً: الفروق في إدراك العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبـوك نحـو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "العمر":

لدى أجراء تحليل التباين للمتغيرات المتعددة للفروق بين العمر على أبعـاد جـودة الخدمة المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاسـتجابة، التعاطفيـة، الأمان والثقة، خصائص الشركة) مجتمعة كانت قيمـة ولكـس(Wilks) (0.930)، وقيمة(ف) المناظرة لها(2.780) وهي دالة إحصائيا عند مستوى(α=0.05). وهذا يشير إلى أنة يوجد فروق للعمر على المتغيرات التابعة مجتمعة. مما يقتضي رفض الفرضية فيما يتعلق بهذا المتغير.

ولتحديد في أي من المتغيرات التابعة كان هناك فروق للعمـر فقـد أجـراء أختبار (ف) الأحادية (Univariate F- test) للفروق بين العمر في كل من (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة، التعاطفية، الأمان والثقـة، خـصائص الشركة) كل على حده والجدول رقم (21) يبين نتائج هذه الاختبارات.

جدول (21)

نتائج تحليل التباين الأحادي لإدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "العمر"

المتغير التابع	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الدليل المادي الملموس	10.37	3	3.46	*5.544	0.019
الاعتمادية	12.72	3	4.24	*6.348	0.012
قوة الاستجابة	0.94	3	0.31	0.057	0.811
التعاطفية	15.80	3	5.27	*11.602	0.001
الأمان والثقة	1.91	3	0.64	1.448	0.229
خصائص الشركة	0.85	3	0.28	0.563	0.459

*$P \leq 0.05$

ولمعرفة مصادر الفروقات بين فئات متغير العمر في (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، التعاطفية) لدى العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك ويعزز ذلك نتائج اختبار شفيه للمقارنات البعدية.

1. الدليل المادي الملموس:

الجدول رقم (22)

نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو الدليل المادي الملموس تبعاً لمتغير العمر

فئات العمر	المتوسط الحسابي	30 سنة فأقل	31-40 سنة	41-50 سنة	51 سنة فأكثر
30 سنة فأقل	3.58	-	-	-	*0.22
31-40 سنة	3.71	-	-	-	-
41-50 سنة	3.78	-	-	-	-
51 سنة فأكثر	3.80	-	-	-	-

* ذات دلالة إحصائية على مستوى ($\alpha = 0.05$)

يبين الجدول(22) أن هنالك مصادر فروق بين متوسطات إجابات المبحوثين ذوي الأعمار(30 سنة فأقل) ومتوسط الفئة الرابعة(51 سنة فأكثر) حيث بلغ متوسط

الفئة الأولى(30 سنة فأقل) (3.58)، أما متوسط الفئة الرابعة(51 سنة فأكثر) فقد بلغ(3.80) ولصالح العاملين ذوي الأعمار(51 سنة فأكثر).

2. الاعتمادية:

الجدول رقم (23)

نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو الاعتمادية تبعاً لمتغير العمر

فئات العمر	المتوسط الحسابي	30 سنة فأقل	31-40 سنة	41-50 سنة	51 سنة فأكثر
30 سنة فأقل	3.51	-	-	*0.31	*0.36
31-40 سنة	3.68	-	-	-	-
41-50 سنة	3.82	-	-	-	-
51 سنة فأكثر	3.87	-	-	-	-

* ذات دلالة إحصائية على مستوى ($\alpha = 0.05$)

يبين الجدول(23) أن هنالك مصادر فروق بين متوسطات إجابات المبحوثين ذوي الأعمار(30 سنة فأقل) ومتوسط الفئة الرابعة(51 سنة فأكثر) حيث بلغ متوسط الفئة الأولى(30 سنة فأقل) (3.51)، أما متوسط الفئة الرابعة(51 سنة فأكثر) فقد بلغ(3.87) ولصالح العاملين ذوي الأعمار(51 سنة فأكثر). وأن هنالك مصادر فروق بين متوسطات إجابات المبحوثين ذوي الأعمار(30 سنة فأقل) ومتوسط الفئة الثانية(31-40 سنة) حيث بلغ متوسط الفئة الأولى(30 سنة فأقل) (3.51)، أما متوسط الفئة الثانية(31-40 سنة) فقد بلغ(3.82) ولصالح العاملين ذوي الأعمار الثانية(31-40 سنة).

3. التعاطفية:

الجدول رقم (24)

نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو التعاطفية تبعاً لمتغير العمر

فئات العمر	المتوسط الحسابي	30 سنة فأقل	31-40 سنة	41-50 سنة	51 سنة فأكثر
30 سنة فأقل	3.53	-	-	-	*0.39
31-40 سنة	3.70	-	-	-	-
41-50 سنة	3.73	-	-	-	-
51 سنة فأكثر	3.92	-	-	-	-

* ذات دلالة إحصائية على مستوى ($\alpha = 0.05$)

يبين الجدول(24) أن هنالك مصادر فروق بين متوسطات إجابات المبحوثين ذوي الأعمار(30 سنة فأقل) ومتوسط الفئة الرابعة(51 سنة فأكثر) حيث بلغ متوسط الفئة الأولى(30 سنة فأقل) (3.53)، أما متوسط الفئة الرابعة(51 سنة فأكثر) فقد بلغ(3.92) ولصالح العاملين ذوي الأعمار(51 سنة فأكثر).

ثالثاً: الفروق في إدراك العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبـوك نحـو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "المؤهل العلمي":

لدى أجراء تحليل التباين للمتغيرات المتعددة للفروق بين المؤهل العلمي على أبعاد جودة الخدمة المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قـوة الاسـتجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الشركة) مجتمعة كانت قيمـة ولكـس(Wilks) (0.998)، وقيمـة(ف) المنـاظرة لهـا(4.059) وهـي دالـة إحـصائيا عنـد مستوى(α=0.05). وهذا يشير إلى أنة يوجد فروق للمؤهل العمل على المتغيرات التابعة مجتمعة. مما يقتضي رفض الفرضية فيما يتعلق بهذا المتغير.

ولتحديد في أي من المتغيرات التابعة كان هناك فروق للمؤهل العلمي فقد تم أجراء اختبار(ف) الأحادية (Univariate F- test) للفروق بين المؤهل العلمي في

كل من(الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الشركة) كل على حده والجدول رقم (25) يبين نتائج هذه الاختبارات.

جدول (25)

نتائج تحليل التباين الأحادي لإدراك العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "المؤهل العلمي"

المتغير التابع	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الدليل المادي الملموس	16.776	3	5.59	*8.636	0.001
الاعتمادية	14.960	3	4.99	*6.017	0.008
قوة الاستجابة	4.626	3	1.54	2.331	0.073
التعاطفية	15.210	3	5.07	*7.773	0.003
الأمان والثقة	4.439	3	1.48	2.501	0.059
خصائص الشركة	2.563	3	0.85	1.523	0.326

$*\alpha \leq 0.05$

ولمعرفة مصادر الفروقات بين فئات متغير المؤهل العلمي في (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، التعاطفية) لدى العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك ويعزز ذلك نتائج اختبار شفيه للمقارنات البعدية.

1. الدليل المادي الملموس:

الجدول رقم (26)

نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو الدليل المادي الملموس حسب متغير المؤهل العلمي

فئات المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	ثانوية عامة فما دون	دبلوم متوسط	بكالوريوس	دراسات عليا
ثانوية عامة فما دون	3.61	-	-	-	*0.24
دبلوم متوسط	3.67	-	-	-	-
بكالوريوس	3.74	-	-	-	-
دراسات عليا	3.85	-	-	-	-

* ذات دلالة إحصائية على مستوى (α= 0.05)

يبين الجدول رقم(26) أن هنالك مصادر فروق بين متوسطات إجابات المبحوثين ذوي المؤهل العلمي(دراسات عليا) ومتوسط الفئة الأولى(ثانوية عامـة فمـا دون) حيث بلغ متوسط الفئة الرابعة(دراسات عليا)(3.85)، أما متوسط الفئة الأولى(ثانوية عامة فما دون) فقد بلغ(3.61) ولصالح المبحوثين ذوي المؤهل العلمـي دراسـات عليا.

2. الاعتمادية:

يبين الجدول رقم(27) أن هنالك مصادر فروق بين متوسطات إجابات المبحوثين ذوي المؤهل العلمي(دراسات عليا) ومتوسط الفئة الأولى(ثانوية عامـة فمـا دون) حيث بلغ متوسط الفئة الرابعة(دراسات عليا)(3.86)، أما متوسط الفئة الأولى(ثانوية عامة فما دون) فقد بلغ(3.59) ولصالح المبحوثين ذوي المؤهل العلمـي دراسـات عليا.

الجدول رقم (27)

نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو الاعتمادية حسب متغير المؤهل العلمي

فئات المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	ثانوية عامة فما دون	دبلوم متوسط	بكالوريوس	دراسات عليا
ثانوية عامة فما دون	3.59	-	-	-	0.27*
دبلوم متوسط	3.68	-	-	-	-
بكالوريوس	3.75	-	-	-	-
دراسات عليا	3.86	-	-	-	-

* ذات دلالة إحصائية على مستوى (α= 0.05)

3. التعاطفية:

يبين الجدول رقم(28) أن هنالك مصادر فروق بين متوسطات إجابات المبحوثين ذوي المؤهل العلمي(دراسات عليا) ومتوسط الفئة الأولى(ثانوية عامـة فمـا دون) حيث بلغ متوسط الفئة الرابعة(دراسات عليا)(3.88)، أما متوسط الفئة الأولى(ثانوية عامة فما دون) فقد بلغ(3.62) ولصالح المبحوثين ذوي المؤهل العلمـي دراسـات عليا. وأن هنالك مصادر فروق بين متوسطات إجابات المبحـوثين ذوي المؤهـل

العلمي(دراسات عليا) ومتوسط الفئة الثانية(دبلوم متوسط) حيث بلغ متوسـط الفئـة الرابعة(دراسات عليا)(3.88)، أما متوسط الفئة الثانية(دبلوم متوسط) فقد بلغ(3.67) ولصالح المبحوثين ذوي المؤهل العلمي دراسات عليا.

الجدول رقم (28)

نتائج تحليل اختبار شيفه للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لتصورات المبحوثين نحو التعاطفية حسب متغير المؤهل العلمي

فئات المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	ثانوية عامة فما دون	دبلوم متوسط	بكالوريوس	دراسات عليا
ثانوية عامة فما دون	3.62	-	-	-	*0.26
دبلوم متوسط	3.67	-	-	-	*0.21
بكالوريوس	3.71	-	-	-	-
دراسات عليا	3.88	-	-	-	-

* ذات دلالة إحصائية على مستوى (α= 0.05)

رابعاً: الفروق في إدراك العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبـوك نحـو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "الوظيفة":

لدى أجراء تحليل التباين للمتغيرات المتعددة للفروق بين الوظيفة على أبعـاد جودة الخدمة المدركة (الدليل المـادي الملمـوس، الاعتماديـة، قـوة الاسـتجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الشركة) مجتمعة كانت قيمـة ولكـس(Wilks) (0.709)، وقيمة (ف) المناظرة لها (1.014) وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى (α=0.05). وهذا يشير إلى أنه لا يوجد فروق للوظيفة على المتغيـرات التابعـة مجتمعة. مما يقتضي قبول الفرضية فيما يتعلق بهذا المتغير.

خامساً: الفروق في إدراك العاملين شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحـو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "الحالة الاجتماعية":

لدى أجراء تحليل التباين للمتغيرات المتعددة للفروق بين الحالة الاجتماعية على أبعاد جودة الخدمة المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قـوة الاسـتجابة، التعاطفية، الأمان والثقة، خصائص الشركة) مجتمعة كانت قيمة الإحصائي هوتلنجز (Hotellings) (0.011)، وقيمة (ف) المناظرة لها (2.077) وهـي غيـر دالـة

إحصائيا عند مستوى (α=0.05). وهذا يشير إلى أنـه لا يوجـد فـروق للحالـة الاجتماعية على المتغيرات التابعة مجتمعة. مما يقتضي قبول الفرضية فيما يتعلـق بهذا المتغير.

الفرضية الرابعة: لا توجد علاقة ارتباطية بين أبعاد جودة الخدمة المدركة من وجهة نظر العملاء والعاملين.

جدول رقم (29)

يوضح معامل الارتباط بين أبعاد جودة الخدمة المدركة وعلى مقياسي الدراسة Servperf و Servqual

المتغير التابع	الدليل المادي الملموس	الاعتمادية	قوة الاستجابة	التعاطفية	الأمان والثقة	خصائص الشركة	**Servqual**
الدليل المادي الملموس	1						
الاعتمادية	*0.709	1					
قوة الاستجابة	*0.703	*0.700	1				
التعاطفية	*0.731	*0.694	*0.656	1			
الأمان والثقة	*0.735	*0.743	*0.660	*0.762	1		
خصائص الشركة	*0.647	*0.548	*0.690	*0.479	*0.698	1	
Servperf	*0.793	*0.789	*0.709	*0.649	*0.701	*0.659	*0.826

*$\alpha \leq 0.05$

يتضح من الجدول رقم (29)، بأن جميع العلاقات الارتباطية دالّـة إحـصائياً، وعند مستويات إيجابية بين مقياسي الدراسة Servperf و Servqual سواء علـى المستوى الكلي أو على مستوى البعد الواحد، وقد بلغت القيمـة الإجماليـة للعلاقـة الارتباطية بين المقياسين ككل(0.826).

جدول رقم (30)

يوضح اختبار كروسكال والس(Kruskall Wallas) للعلاقة بين أبعاد الجودة على مقياسي الدراسة

ابعاد الجودة	χ^2	مستوى الدلالة
الدليل المادي الملموس	59.29	0.000 (*)
الاعتمادية	54.63	0.000
قوة الاستجابة	41.87	0.000
التعاطفية	35.82	0.000
الأمان والثقة	52.87	0.000
خصائص الشركة	56.21	0.000

$*\alpha \leq 0.05$

تبين نتائج جدول رقم (30) قيم مربع $\chi 2$ ، باستخدام اختبار كروسكال والس لتأكيد قوة العلاقة الارتباطية بين أبعاد جودة الخدمة المدركة على مقياسي الدراسة (Servperf و Servqual). وتشير قيم مربع كاي إلى وجود علاقة ارتباطية هامة على مقياسي الدراسة (Servperf و Servqual).

4. 3 مناقشة النتائج:

1. أشارت النتائج أن المتوسطات الحسابية لأبعاد جودة الخدمة المدركة الست كانت تميل لصالح العاملين على مقياس Servperf ولكافة تلك الأبعاد كما يلاحظ بأن توزيع تلك القيم على أبعاد جودة الخدمة المدركة كان متفاوتاً بالنسبة لمقياس Servqual وبشكل واضح، ويفسر ذلك مستوى آخر من التباين بين (العاملين) و(العملاء) نحو (الجودة المدركة) في شركة الاتصالات السعودية، وقد يعود ذلك إلى الأسلوب الإداري المتميز في شركة الاتصالات السعودية وخصوصا بأن هذه الشركة تعمل على تطبيق مفاهيم إدارية عصرية وحديثة. وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع ما جاءت به دراسة (الزيدانيين، 2006) والتي توصلت إلى أن تصورات المبحوثين لأبعاد الجودة الشاملة جاءت بدرجة مرتفعةً، وتتفق أيضاً مع ما جاءت به دراسة (Latifa, et.al, 2002) والتي أشارت نتائجها إلى الحاجة لتحسين خدمة المستهلك وأن تعطى الاسبقية لأجل تحقيق إنجاز أداء عالي في قطاع الخدمة العامة، والتقت أيضاً مع دراسة (شحادة، 2002) والتي أشارت نتائجها إلى رضى المستثمرين الصناعيين عن جودة الخدمات العامة، والتقت ايضاً مع دراسة

(الأحمدي،2006) والتي أشارت نتائجها إلى أن التحسين المستمر يمكن المنظمات الصحية من تحقيق مكاسب مادية واستراتيجية هامة تتمثل في تحسين الجودة وتخفيض التكلفة وتحقيق رضا العملاء وترشيد الاستخدام وتحسين بيئة العمل، والتقت أيضاً مع دراسة(العمارين،2007) والتي أشارت نتائجها إلى أن المتوسط العام لأبعاد الجودة الشاملة في دائرة الجمارك العامة الأردنية جاءت بدرجة مرتفعة. وتتفق أيضاً هذه النتائج مع دراسة (Soliman& Alzaid, 2002)، ودراسة (الشميمري، 2001) والتي أشارت نتائجها في إمكانية الوثوق بمقياس SERVPERF في تحديد أبعاد الخدمة البريدية وتختلف مـ ـع نتائج دراسـ ـة (العلاّق، 2001) والتي أشارت نتائجها أن الجودة التي يتوقعها المرضى المنتفعون من تلك الخدمات كانت عالية.

2. أشارت النتائج أن المتوسط العام لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الدليل المادي الملموس جاءت بدرجة متوسطة، في حين جاء إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الدليل المادي الملموس بدرجة مرتفعة، وتمثلت ذلك من خلال توفر معدات وأجهزة تقنية حديثة. وتوفر برمجيات حديثة، والمرافق المادية والتسهيلات ملائمة. وأن العاملون في الشركة يبدون على درجة عالية من حسن المظهر، ويتلاءم المظهر العام للشركة مع طبيعة الخدمات المقدمة للعملاء، وتخضع المعدات المستخدمة في الشركة لصيانة دورية.

كما وتُفسر هذه النتيجة أن إدراك العملاء في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الدليل المادي الملموس كانت متوسطة، مما يشير إلى انحصار الجهود بالقائمين على الجودة بالشركة، كما تعكس هذه النتيجة الاهتمام بالشركة على نوعية الخدمة المقدمة للمستهلكين كونها تقدم خدمة تشكل عصب الحياة الاجتماعية، والاقتصاديه في المجتمع السعودي.

3. أشارت النتائج أن المتوسط العام لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الاعتمادية جاءت بدرجة متوسطة، في حين جاء إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الاعتمادية بدرجة مرتفعة، وتمثلت ذلك في أنه في إدارة الشركة بالوعود التي تقطعها على نفسها تجاه العملاء قدر تعلق الأمر بها، وتبدى اهتماماً مخلصاً بمشاكل العملاء وتعمل على إيجاد الحلول لها، وتحرص على تقديم الخدمة بالشكل الصحيح في المقام الأول،

وتلتزم بالتوقيتات المحددة لتقديم خدماتها إلى العملاء، وتحتفظ بسجلات دقيقة وموثقة، والمعلومات المقدمة من الشركة يمكن للعملاء الاعتماد عليها.

وتُفسر هذه النتيجة اهتمام الشركة بجودة الخدمة المقدمة للمستهلكين، لارتباطها المباشر بمتطلبات الحياة الأساسية في المجتمع، وأن أي تدني في جودة الخدمة المقدمة سينعكس سلباً على كافة قطاعات المجتمع، إلا أن الشركة لم تحرز التقدم المتوقع منها في السيطرة على سجلات دقيقة وموثقة للعملاء، والتوقيتات والمعلومات المقدمة للعملاء، لذا يتطلب ذلك جهداً جماعياً قوياً، ومستمراً من قبل الشركة للسيطرة على هذه المشكلات من وجهة نظر العملاء.

4. أشارت النتائج أن المتوسط العام لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو قوة الاستجابة جاءت بدرجة متوسطة، في حين جاء إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو قوة الاستجابة بدرجة مرتفعة. وتمثلت ذلك في أنه يخبر العاملون في الشركة عملائهم بالضبط بكيفية تنفيذ الخدمة، وإن العاملين على استعداد لتلبية طلبات العملاء فورا، وإن العاملين في الشركة يرغبون دوماً بتقديم المساعدة للعملاء، وأن الشركة دائماً مشغولة لتقديم المعلومات المطلوبة منها للعملاء.

وتُفسر هذه النتيجة أنه على الرغم من الجهود المضنية التي قدمتها إدارة ركة الاتصالات السعودية في مجال الجودة، باعتبارها الحل الأمثل للنهوض بالشركة، على الرغم من أنها طبقت العديد من برامج الجودة، واقامت العديد من المؤتمرات السنوية الخاصة بالجودة، للاستفادة من تجارب الآخرين في هذا المجال، إلا انها لم تحقق المستوى المتوقع في الاستفادة من الجودة على النحو المطلوب، وفي الوقت المناسب لتلبية طلبات العملاء.

5. أشارت النتائج أن المتوسط العام لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الأمان والثقة جاءت بدرجة متوسطة، حين جاء إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو الأمان والثقة بدرجة مرتفعة. وتمثلت ذلك في أن سلوك العاملين يغرس الثقة في نفوس العملاء، والشعور بالأمان عند التعامل مع العاملين في الشركة، ويتسم سلوك العاملين في الشركة باللباقة في تعاملهم مع العملاء. ويمتلك العاملون في الشركة المعرفة الكافية للإجابة على أسئلة العملاء واستفساراتهم. ويمتلك العاملون في الشركة المهارات لأداء وظائفهم بشكل جيد.

وتُفسر هذه النتيجة باهتمام إدارة شركة الاتصالات السعودية يغرس الثقة في نفوس العملاء كأحد متطلبات الجودة، إذ سعت إلى سلسلة إجراءات لتطوير وتحسين إجراءات العمل باستمرار ليتمتع العملاء بالثقة والأمان، إلا أن مرحلة التأكد من فاعلية وكفاءة إجراءات العمل الجديدة، لم تسير على النحو المتوقع، والذي قد يعود إلى درجة مقاومة العاملين، أو عدم اتقانهم لهذه الإجراءات بشكل الذي يحقق رغبات العملاء واستفساراتهم.

6. أشارت النتائج أن المتوسط العام لإدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو خصائص الشركة جاءت بدرجة متوسطة، وأن إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو خصائص الشركة بدرجة مرتفعة. وتمثلت ذلك في أن الشركة توفر تسهيلات لنقاهة وترفيه العملاء، وتخصص أماكن محددة للانتظار والمراجعة، وتطبق نظام محوسب للتعامل مع العملاء، وتستخدم عدد كافٍ من العاملين لتقديم خدمة أفضل للعملاء، وتستخدم عدد كافٍ من العاملين يتناسب وحجم العمل، وتستخدم نظام ومعلومات لمتابعة العملاء.

وتُفسر هذه النتيجة اهتمام الشركة بتوقعات وحاجات ورغبات الزبائن وفقاً لرؤيتها العامة، دون إسناد ذلك إلى بيانات يتم جمعها من الزبائن أنفسهم، مما قد ينعكس على إدارة الجودة، ومدى واقعية برامجها في تحقيق توقعات وحاجات ورغبات الزبائن. مما ينعكس على واقعية وموضوعية تقييم برامج الجودة، خصوصاً في ظل تدني مشاركة العاملين بسبب تطبيق نظام محوسب للتعامل مع العملاء، وتوافق معايير التقييم وواقع تطبيق برامج الجودة بالشركة، والتي لابد أن تتسم بالمرونة في التعامل مع معطيات الواقع بما يحقق التطبيق الأمثل لبرامج الجودة من وجهة نظر العملاء.

7. أشارت النتائج أن قيم (T) المحسوبة معنوية وذات دلالـة إحـصائية علـى مستوى($\alpha \leq 0.05$) ولصالح العاملين، وهذا يعني أن إدراك العاملين فـي شـركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك لأبعاد جودة الخدمة المدركـة (الـدليل المـادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة، الأمان والثقة، التعاطفية، خصائص الـشركة) أعلى من إدراك العملاء، مما يقتضي رفض الفرضية وقبول البديلة.

وأشارت النتائج أن المتوسطات الحسابية لإدراك عمـلاء شـركة الاتـصالات السعودية بمنطقة تبوك لأبعاد الجودة المدركة(الدليل المادي الملموس، الاعتماديـة،

قوة الاستجابة، الأمان والثقة، التعاطفية، خصائص الشركة) جاءت بدرجة متوسطة، وقد احتّل بعد قوة الاستجابة المرتبة الأولى، يلي ذلك بعد الدليل المادي الملمـوس، وجاء في المرتبة الثالثة بعد الاعتمادية، أما بعد خصائص الشركة فقـد جـاء فـي المرتبة الرابعة، وجاء في المرتبة الخامسة بعد الأمان والثقة، وجاء فـي المرتبـة السادسة والأخيرة بعد التعاطفية.

وأشارت النتائج أن المتوسطات الحسابية لإدراك العاملين شـركة الاتـصالات السعودية بمنطقة تبوك لأبعاد جودة الخدمة المدركة (الـدليل المـادي الملمـوس، الاعتمادية، قوة الاستجابة، الأمان والثقة، التعاطفية، خـصائص الـشركة) جـاءت بدرجة مرتفعة، وقد احتّل بعد التعاطفية المرتبة الأولى، يلي ذلك بعد الدليل المادي الملموس، وجاء في المرتبة الثالثة بعد خصائص الشركة، أما بعد الأمان والثقة فقـد جاء في المرتبة الرابعة، وجاء في المرتبة الخامسة بعد قوة الاستجابة، وجـاء فـي المرتبة السادسة والأخيرة بعد الاعتمادية.

وتُفسر هذه النتيجة أنها نتيجة حتمية لتدني إدراك عمـلاء شـركة الاتـصالات السعودية بمنطقة تبوك لأبعاد جودة الخدمة المدركة، وأن الشركة لم تـستطع بنـاء منظومة معلوماتية عن طبيعة توقعات وحاجات ورغبات العـاملين فـي الـشركة، للاعتماد عليها في تطوير برامج الجودة، من اجل ضمان درجة عالية من التعـاون من قبل العاملين لإنجاح برامج الجودة، وأن هذه البرامج لابد أن تحقـق توقعـاتهم وحاجاتهم.

8. أشارت النتائج أن هنالك فروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "النوع الاجتماعي" وأن الفروق على جميع أبعاد الجودة المدركة(الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة، الأمان والثقة، التعاطفية، خصائص الشركة) جاءت لصالح الذكور. وأن هنالك فروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو(الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قوة الاستجابة) تبعاً لمتغير المؤهل العلمي ولصالح المبحوثين ذوي المؤهل العلمي دراسات عليا. وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة

تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغيرات (الحالة الاجتماعية، والعمر والوظيفة).

ويمكن تفسير ذلك على أن الذكور أكثر اطلاعاً على المعلومات الخاصة بأبعاد جودة الخدمة المدركة، مما يجعلهم أكثر وعياً بمتطلباتها. وكذلك يتأثر الأداء بالمؤهل العلمي، فكلما زاد مؤهل الفرد كان أكثر نضجاً وإلماماً ويكون أكثر عطاءاً، وإن الفرد الحاصل على المؤهل العلمي المناسب يكون أكثر وعيا بأبعاد جودة المدركة.

9. أشارت النتائج أنّه لا توجد فروق في إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "الخبرة". وأن هنالك فروق في إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، التعاطفية) تبعاً لمتغير العمر ولصالح العاملين ذوي الأعمار(51 سنة فأكثر). وأن هنالك فروق في إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو(الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، التعاطفية) تبعاً لمتغير المؤهل العلمي ولصالح المبحوثين ذوي المؤهل العلمي دراسات عليا. وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق في إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغيرات(العمر والوظيفة).

ويمكن تفسير ذلك على أنّه كلما زاد عمر الفرد كان أكثر نضجاً وإلماماً ويكون أكثر عطاءاً، وفيما يتعلق بأثر المؤهل العلمي فإن الفرد الحاصل على المؤهل العلمي المناسب للوظيفة يكون أكثر وعيا بجوانب العمل، وكلما كان المؤهل عالياً كان فهم الفرد للعمل عالياً وبالتالي يكون إنجازه عالياً، أما فيما يتعلق بالخبرة العملية فكلما زادت خبرة الفرد أصبح أكثر اعتماداً على نفسه بخلاف المعينين الجدد.

10. تشير قيم معامل الارتباط إلى وجود علاقة ارتباطيه مختلفة القوة بين أبعاد الجودة على مقياسي الدراسة ، ولكن النتائج تؤكد بأن القيم الارتباطية على مقياس Servperf هي أقوى من تلك التي على مقياسي Servqual مما يعزز النتائج السابقة عن قوة اتجاهات العاملين نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة على المقياس الأول بالمقارنة مع اتجاهات المواطنين نحو ذات الأبعاد على المقياس الثاني ، تتفق هذه النتائج مع دراسة (الشميمري، 2001) ودراسة (Soliman& Alzaid , 2002) وتختلف مع نتائج دراسة(العلّاق ، 2001).

الفصل الخامس
الخاتمة والتوصيات

5. 1 الخاتمة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات العملاء والعاملين في شـركة الاتصالات السعودية نحو جودة الخدمة المدركة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم وتطوير استبانه لغرض جمع البيانات، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية تناسبية مـن العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك بلغ تعدادها (275) موظفاً، تم اختيار عينة عشوائية طبقية تناسبية من عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقـة تبوك بلغ تعدادها(441) مفردة، وبما يشكل نـسبة(0.01%)مـن عمـلاء شـركة الاتصالات السعودية، وطُورت الأداة إلى أن وصلت إلى (31) فقرة لتتناسـب مـع طبيعة الدراسة. أما بالنسبة للثبات فقد استخدمت معادلة كرونباخ الفا (Cronbach Alpha Equation) بلغ(الفا=0.9158).

وتوصلت الدراسة إلى أن المتوسطات الحسابية لأبعاد جودة الخدمة المدركة الست كانت تميل لصالح العاملين على مقيـاس Servpref، وأشـارت النتـائج أن إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك لأبعاد جـودة الخدمـة المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، قـوة الاسـتجابة، الأمـان والثقـة، التعاطفية، خصائص الشركة) أعلى من إدراك العملاء، وأشارت النتائج أن هنالـك فروق في إدراك عملاء شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعاد جـودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير "النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي. وأشارت النتائج أنّه لا توجد فروق في إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقـة تبـوك نحو أبعاد جودة الخدمة المدركة تبعاً لمتغير الخبرة، وأن هنالك فـروق فـي إدراك العاملين في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك نحو أبعـاد جـودة الخدمـة المدركة (الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، التعاطفية) تبعاً لمتغيـر العمـر. وأن هنالك فروق في إدراك العاملين في شركة الاتصالات الـسعودية بمنطقـة تبـوك نحو(الدليل المادي الملموس، الاعتمادية، التعاطفية) تبعاً لمتغير المؤهـل العلمـي.

وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطيه مختلفة القوة بين أبعـاد الجـودة علـى مقياسي الدراسة ، وأن القيم الارتباطية على مقياس Servperf هي أقوى من تلـك التي على مقياسي Servqual.

5. 2 التوصيات:

على ضوء النتائج التي تم التوصل إليها فإن الدراسة توصي بما يلي:

أ. أن تولي شركة الاتصالات السعودية أهمية بالعميـل للخـروج مـن الحالـة المتوسطة في اتجاهاتهم نحو تحقيق أبعاد جودة الخدمة المدركة، ولا بد مـن منحهم الثقة والأمان والتعامل معهم باحترام وإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم.

ب. أن يتوفر لدى إدارة شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك مـستوى مـن الالتزام، يتجسد في تعزيز ثقافة الجودة لدى العاملين، وتطـوير مهـاراتهم وتوفير رؤية إستراتيجية واضحة المعالم من خلال عقد الدورات التدريبيـة وورش العمل.

جـ. ضرورة ان يرتبط مسعى زيادة وتحسين الإنتاجية والجودة بتحسين أوضاع العاملين وزيادة مهاراتهم وضمن إستراتيجية متكاملة لإدارة الموارد البشرية وبهذا الصدد نقترح ان تقوم شركة الاتصالات الـسعودية بتبنـي سياسـات موارد بشرية او تعيد النظر في السياسات القائمة وذلك من اجل :

1. وضع نظام مكافآت يفسح الطريق امام تبني ثقافة المشاركة في مختلف الفعاليات وبشكل خاص التدريب على برامج جودة الخدمة.
2. إعطاء الأفراد فرص كافية لاستخدام مهاراتهم وتزويـدهم بالإمكانـات اللازمة لتحليل وحل المشكلات، وتقديم المقترحات .
3. التوسع في استخدام فرق العمل، وتنمية روح الفريق .
4. توفير نظم الضمان والسلامة في العمل.

د. ضرورة أن يتوفر لدى إدارة الشركة مستوى من التزام الإدارة العليا يتجسد في تعزيز ثقافة الجودة لدى العاملين وتطوير مهاراتهم وتوفير رؤية إستراتيجية واضحة المعالم للمنظمة وأهدافها .

هـ - توصي هذه الدراسة بضرورة التنسيق بين شـركة الاتـصالات الـسعودية (وجميع المنظمات المستخدمة لنظام الجودة) وذلك من اجل :

1. تبادل الخبرات في مختلف قضايا الجودة .
2. الاستفادة من البرامج التدريبية التي تنفذ من قبل بعض هذه المنظمات.
3. تقييم النتائج المتحققة ومقارنتها واستخلاص المؤشرات المناسبة للحكم على مدى ما تحقق من أهداف أنظمة الجودة سواء علـى الأصـعدة الفنيـة أو البشرية أو التنظيمية .

المراجع

أ. المراجع العربية:

أبو تايه ، سلطان (1999) مستوى الرضى عن خدمات القطـاع العـام: دراسـة ميدانية، **دراسات، العلوم الإدارية**، 26 (1)، الجامعة الأردنية، عمان.

أبو موسى ، رسمية أحمد أمين (2000) **أثر جودة الخدمة على الربحيـة ورضـى العملاء في المصارف الأردنية: دراسة مقارنة بين بنك الإسـكان والبنـك الإسلامي**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق .

أحمد، علاء الدين، وبطارسة، سليمان (1994) مستوى رضـى المـواطنين عـن الخدمات العامة في الأردن: دراسة ميدانية، **أبحاث اليرموك – سلسلة العلوم الاجتماعية والإنسانية**، جامعة اليرموك، 10 (4) إربد .

الأحمدي حنان (2006)، محددات جودة خدمات الرعاية الصحية الأولية، دراسة نوعية، **دورية الإدارة العامة**، المجلد (46)، العدد (3)، ص. 543-505 .

أفندي، عطية حسين (2003) **تمكين العاملين : مدخل للتحسين والتطوير المستمر،** القاهرة- الوزارة العربية للتنمية الإدارية.

الجميل، غانم جميل زهيد (1992) **إدراك المستهلك لجودة الخدمات المصرفية فـي الأردن**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان .

جواد، شوقي ناجي،(2000)، **السلوك التنظيمي**، ط1، دار الحامد، عمان، الأردن.

الخطيب، فهد، والغرايبه محمد (1998)، مستوى توقعات العملاء وإدراكهم لجـودة للخدمات المقدمة من البنوك التجارية، **دراسات**، الجامعة الأردنيـة، عمـان، المجلد 25، العدد 1، ص ص 145- 187.

الخاف، عبد العزيز بن موسى(1997)، حول ثالوث التمييز: تحسين الجودة تخفيض التكلفة وزيادة الإنتاجية، **مجلة الإدارة العامة**، العدد الأول، المجلد 37.

الخوالده، خاف، وأبو تايه، سلطان،(2004) العلاقة بين مؤشـرات إدارة الجـودة والمقاييس المالية للأداء في الشركات الصناعية في الأردن، **مجلـة دراسـات،** المجلد: 31 ,العدد: 2، ص ص447-461.

الزيدانيين محمد مطر(2006) ، **أثر التمكين الإداري فـي تطبيـق مبـادىء إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات المالية الأردنية،** رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الكرك، الأردن.

السلمي، علي (1995)، **السلوك الإنساني في منظمات الأعمال،** دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة.

سليمان، أحمد علي، (2002)، الاتجاهات النفسية للمستهلكين نحـو الاسـتراتيجيات التسويقية للمنشآت الأعمال بالسوق السعودية، **مجلة الإدارة العامـة،** معهـد الإدارة العامة، 42(1) الرياض .

الشامي عمار محمد فؤاد، أحمد شكري ، محمد عصام اليمـاني، (2004)" تحليـل منافع تطبيق نظم إدارة الجودة من منظور إدارات مصانع الأغذية فـي الأردن" **مجلة دراسات،** المجلد: 31 ,العدد: 2، ص ص:268 – 276.

شحادة عيسى (2002) رضى المستثمرين الصناعيين عن الخدمات العامة: دراسـة ميدانية في مدينة دمشق وريفها، **مجلة جامعة دمـشق للعلـوم الاقتـصادية والقانونية،** 18، دمشق .

الشميمري، أحمد بن عبد الرحمن (2001)، " جودة الخدمات البريدية في المملكة العربية السعودية،" **الإدارة العامة،** المجلد 41 ، العدد 2 .ص265-301.

الصحن، محمد فريد (1998) **التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات،** الدار الجامعيـة للطباعة والنشر، الإسكندرية.

الصميدعي، محمود هاشم والعلاق، بشير عباس (2002) **أساسيات التسويق الشامل والمتكام**ل، دار المناهج ، عمان.

الطائي، حميد (1999) العوامل المؤثرة في قرار تفضيل الطعام: دراسة ميدانيـة، **دراسات، العلوم الإدارية،** 26 (1)، الجامعة الأردنية، عمان .

الطجم، عبد ا ، السواط طلـق (2006) **الـسلوك التنظيمـي المفـاهيم والنظريـات والتطبيق،** الطبعة الأولى، جدة : دار الحافظ.

الطراونه محمد،(2002) "الجودة الشاملة والقدرة التنافسية "دراسة تطبيقيـة علـى قطاع الصناعات الدوائية في الأردن" **مجلة دراسات**، المجلد: 29 العدد: 1، ص ص:32 – 47.

الطعامنة، محمد، والحراحشة، برجس (1995) أثر مستوى الخدمة علـى رضـى المستفيدين من خدمة المراكز الصحية في محافظة المفرق، **مؤتة للبحـوث والدراسات**، جامعة مؤتة 10 (6)، الكرك.

الطهاوي، سليمان(2005)،**كنز الحلول الإدارية**، الطبعة الأولى، دمشق : دار الثنـاء للنشر والتوزيع .

عبد الفتاح نبيل عبد الحافظ (2000) إدارة الجودة الشاملة ودورهـا المتوقـع فـي تحسين الإنتاجية بالأجهزة الحكومية، **الإداري**، مجلـد 22، عـدد82، ص111، مسقط- عمان.

العدوان ، ياسر (1998) أثر مستوى الخدمة على رضى المستفيدين مـن خـدمات المراكز الصحية في محافظة الشمال في الأردني، **المجلـة العلميـة لكليـة الإدارة والاقتصادي**، ع9، جامعة قطر، الدوحة .

العدوان ، ياسر، وعبد الحليم أحمد (1997) العوامل المرتبطة بتحقيق الرضى عـن الخدمات المقدمة للمريض في المستشفيات الأردنية، **أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية** ، جامعة اليرموك، 13 (1)، أربد .

العدوان، ياسر، والطعامنة، محمد (1996) الدور القيادي لرؤسـاء البلـديات فـي الأردن: دراسة ميدانية تحليلية، **أبحاث اليرموك ، سلسلة العلوم الإنـسانية والاجتماعية**، جامعة اليرموك، 12 (2)، أربد.

العديلي، ناصر (1995)، **السلوك الإنساني والتنظيمي (منظور كلـي مقـارن)**، الرياض، معهد الإدارة العامة ، الرياض .

العلاّق بشير عباس، (2001) " **قياس جودة الخدمات من وجهة نظر المستفيد يـن كمؤشر فعال على الأداء الناجح للقيادة الإدارية في المنظمات الخدمية، المؤتمر العربي الثاني في الإدارة** ، المنظمة العربية للتنميـة الإداريـة، القـاهرة، ص: 182.

العمارين، مسعود(2007) "**أثر تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة في التميز التنظيمي من وجهة نظر العاملين في دائرة الجمارك الأردنية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الكرك ، الأردن.

العواملة، نائل عبد الحافظ (1995)، **تطوير المنظّمات: المفاهيم والهياكل والأساليب**، ط1، عمان، مركز احمد ياسين.

كوهين، ستيفن وروناالد براند(1997)، **ادارة الجودة الكلية في الحكومة دليل عملي لواقع حقيقي**، ترجمة: محمد بن ابراهيم التويجري، وعبد بن احمد الحميضي، الرياض، المملكة العربية السعودية.

محمد، إبراهيم أبو النور،(1999) الرضى عن الخدمة التعليمية والتفوق الدراسي للطلاب: دراسة تطبيقية على طلاب كلية التجارة بجامعة القاهرة، فرع بني سويف ، دفعة عام 2000، **مجلة الدراسات المالية والتجارية** 2 (3)، القاهرة .

مخيمر، عبد العزيز جميل وآخرون، (2000)، **قياس الأداء المؤسسي للأجهزة الحكومية**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، ص: 86-87.

مقابلة خالد (2003) "واقع السياحة الصحية في الأردن: استطلاع آراء السائحين المرضى غير الأردنيين، **دراسات، العلوم الإدارية**، الجامعة الأردنية، المجلد(30)، العدد(2)، ص ص 358-373.

معلا، ناجي ذيب (1998) قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن: دراسة ميدانية، **دراسات الجامعة الأردنية**، 25(2)، عمان .

نجم عبود نجم (1997)، إدارة الخدمة: المراجعة والاتجاهات الحديثة ، **الإدارة العامة**، المجلد 37، العدد 2، ص:263 - 269 .

ب. المراجع الأجنبية:

Aaltonen Sinikka, Elli,(1999) " client- oriented quality assessment within municipal social services , **The International Journal of Social welfore** , Vol.8 , issue 2, P.132.

Agus, Arawati.(2005).**The Structural Linkages between TQM, Product Quality Performance, and Business Performance: Preliminary Empirical Study in Electronics Companies**. Singapore Institute of Management.

Al-Marri Khalid, Abdel Moneim M. Baheeg Ahmed, Mohamed Zairi (2007) Excellence in service: an empirical study of the UAE banking sector, **International Journal of Quality & Reliability Management**, Volume: 24 Issue: 2 pp: 164 – 176.

Angur, M. et al., (1999) Service Quality in the Banking Industry: An Assessment in a developing Economy, I**nternational Journal of Bank Marketing** , 17(3), pp.147-163.

Anoop patel, (1994) " Quality assurance (BS 5750) in social services departments " **The International Journal of Public Sector Management**, Vol.7 , No.2 , PP.4-5.

Augustus E. Osseo-Asare, David Longbottom, Pieris Chourides (2006)Managerial leadership for total quality improvement in UK higher education, **The TQM Magazine**, Volume: 19 Issue: 6 Page: 541 – 560.

Balock, A., and Balock, H. (1982**) Introduction to Social Research**, 2nd ed., Prentice –Hall,Foundation of Modern Sociology Series.

Banker Rajiv. D. and Field Joy. M. and Sinha Kingshuk.K (1997) **Work Team. Implementation and Trajectories of Manufacturing auality: A longitudinal field study**. Texas University, Boston college, Minnesota University.

Battle, F. (1996) SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda, **European Journal of Marketing** , **The TQM Magazine**, Volume: 13 Issue: 4 Page: 412 – 421.

Benders. J. & Huijgen. F. and Pekruhl,U (2001) Measuring Group work : findings and Lessons from European Survey. **New Technology Work and Employment** 10:204-17.

Bernhardt, K.L., Donthu, N. and Kennett, P.A. (2000) "A Longitudinal Analysis of Satisfactionand profitability", Jou**rnal of Business Research**, 4(2) (Feb): 161-171.

Bouckaert. D, Pollit i (1995): **Quality improvement in European Public Services**. Londres: Sage.

Brady, M., (2001) Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality AHierarchical Approach, **Journal of Marketing**, 65(3).

Brown and Coulter (1983) Subjective and Objective Measures of Public Services Delivery, **Public Administration Review**.

Bulk, W. (1975) **Improving Government Productivity**, Some Policy Perspectives, Boverly Hills Sage.

Buzzel, R.D. and Gale, B.T. (1987) Th**e PIMS. Principles Linking Strategy to Performance**, The Free Press, New York.

Cherrington, David J,(1994), "**Organization Behavior"**, second edition, Allyan and Bacon,USA.

Cormin, J. et al., (1992) Measuring Service **Quality, Journal of Marketing**, 56.

Cronin, J.J. Jr. And Taylor, S.A. (1994), "SERVPERF vs SERVQUAL: Reconciling Performances Based Perception-Minus-Expectations Measurement of Service uality", **Journal of Marketing**, Vol.58, pp125-131.

Doering, R. (1983) **Factors Influencing in Patient Satisfaction**, Quality Review Bulletin.

Donnelly Mike and et.al,(1995) " measuring service quality in local government : the SERVQUAL approach , **International Journal of Public Sector Management** , Vol . 8 No.7, P.17.

Eagle Lynne, Brennan Ross (2007) Are students customers? TQM and marketing perspectives, **Quality Assurance in Education**, Volume: 15 Issue: 1 pp: 44 – 60.

Edward Secan , mark,(1996) "**Quality management in public organizations : The United States and Germany** " PhD thesis , Dissertation Abstracts international, Vol. 57 , No . 4, p. 1841 – A

Frederick, R. (1996) **Learning from Consumer Defection**, Harvard Business Review, March –April.

Garmines, G. and Zekker, R.A. (1974) R**eliability and Validity: Assessment**, Sage Publications,44, London.

Greenberg, Jerald & Baron, Robert A, (1997), "**Behavior In Organizations"**, Sixth edition, Prentice-Hall, USA.

Hellofs, L. and Jacobson, R. (1999) Market Share and Customers' Perceptions and Quality: When Can Firms Grow Their Way to Higher Versus Lower Quality, **Journal of Marketing**, 63 (1).

Henderson, Joan; McAdam, Rodney & Leonard, Denis. (2006), Reflecting on a TQM-based University/Industry Partnership: Contributions to Research Methodology and Organisational Learning. **Management Decision Journal**, Vol. 44, Issue 10, pp. 1422-1440.

Hernon and et .al ,(1999) " service quality and customer satisfaction : An Assessment and future Directions " **Journal of Academic librarianship** , Vol . 25, issue 1, P.11.

Hoon Hwee Tan.(1995) Strategic Management, Corporate Social Responsibility , **Environmental Managem**ent, , Vol. 21, No. 5, 563-576

Hynnjoo .M, Suntan, H, Hwajeog, W (2002) Southwest Airlines - living total quality in a service organization, **Managing Service Quality**, 1999 Volume: 9 Issue: 2 Page: 90 – 95.

Johnston, R. (1995), "The determinants of service quality: satisfiers and dissatisfiers", **International Journal of Service Industries Management**, Vol. 6 No.5, pp. 452-469 .

Jones, M, Kaplan, D.I., Rieser, C. (1996), **Service Success! Lessons from a Leader on How to Turn Around a Service Business**, John Wiley & Sons, New York, NY., .

Karia, Noorliza; Asaari, Muhammad Hasmi Abu Hassan(2006) The effects of total quality management practices on employees' work-related attitudes, **The TQM Magazine**, Volume 18, Number 1, pp. 30-43(14)

Katzel, R.A. (1964) **Personal Values, Job Satisfaction and Behavior**, Miffin, Boston.

Khatib F., Awwad M., (2003), " Measuring Of Service Quality Of Marketing Information System Technology", **Mutah Lil- Buhuth Wad- Dirasat**, Vol.18, No.4, PP.108.

Knights, D. and McCabe, D. (1996) An Evaluation of Quality in Financial Services: Problemsand Prospects, M**anaging Service Quality**, 6(1).

Kreitner R & kinichia A & Cole. N (2003) **Fundamentals of Organizational Behavior**, First Canadian Edition McGraw Hill Higher Education .

Latifa , sharifah and et.al, (2000) . " on service improvement capacity index : case study the public service sector in malaysia " **total quality management** , Vol,11 issue 4-6 , P838.

Loudon, D. L., and Della, B. (1993) C**onsumer Behavior: Concepts and Applications**, 4th ed.,McGrow – Hill Inc., New York.

Lucy, C. (1996), "**Measuring and managing service quality",Service Management Effectiveness,** Jossey-Bass, San Francisco, CA, pp.234-65

Mowen, J. (1995) **Consumer Behavior**, 4th ed., Pentice – Hall, U.S.A

Murto, B.G. (1995), "**Total quality management: what are the research challenges?", in Hollier, R.H., Boaden, R.J., New, S.J. (Eds),International Operations: Crossing Borders in Manufacturing and Service**, Elsevier Science Publishers BV

Navaratnam K.K. & Bill Harris, (1995), " Quality process analysis : atechnique for management in the public sector "**international journal of public sector management** , Vol. 8 , No. 1, PP.13-17 .

Nguyen, Thuy Quynh Loan, (2006), **Improving Performance Through Linking it and TQM in Vietnamese Organizations**, Unpublished Thesis Doctor, University of Fribourg, Switzerland.

Nwabueze, D.E. (1998), "Management theory and total quality: improving research and practice through theory development", **Academy of Management Review**, Vol. 19 No.3, pp.392-418.

Organ. Dennisw,& Bateman, Thomas S, (1991),"**Organizational Behavior"**, Richarad,D. Publisher, USA.

Ostrowski, PL., Terence, U.O. and Geoffrey, L.G. (1993), "Service Quality and Customer Loyalty in the Commercial Airline Industry", **Journal of Travel Research**, Vol.31 (Fall), pp.16-24.

Parasumann, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985) Conceptual Model of Service Qualityand Its implications for Future Research, **Journal of marketing**, 49(1).

Redman Tom & et.al,(1995) " Quality management in services : is the publice sector keeping pace ? **International journal of public sector management** , Vol,8, No.7 , PP. 21-23 .

Robinson, Stewart, (1999), Measuring service quality ; current thinking and future requirements , **Marketing intelligence and planning** , Vol.17, 17501 , PP.21-32.

Rod sheaff and et. al, (2002) " public service responsiveness to users demands and needs : theory , practice and primary heathcare in England " **public administration** . Vol . 80 , No.3 , PP.435-436 .

Roth, A.V. and Jackson III, W.E. (1995) Strategic Determinants of service Quality andperformance: Evidence From the Banking Industry, **Management Science**, 41(11).

Santos, J. (2003), "E-service quality:a model of virtual service quality dimensions", **Management Service Quality**,Vol. 13 No.3, pp.233-46.

Scharitzer and et.al, (2000) " New public management : Evaluating the success of total Quality management and change management in interventions in public services from the Employees and customers perspectives " , **TQM**, Vol.11, issue7, P.65.

Sekaran, U. (1984) Research Methods for Managers, A Skill Building Approach, 1st. ed., JohnWiley and Sons, N. Y.

Shamsul Baharin. (2001). **The role of the private sector in higher education—A submission from the Malaysian Association of Private Colleges. In Strategic planning for private higher education for, the period 2001–2010**. Higher Education Seminar, MAPCO.

Sinha, R.K., Babu, A. (1998), "Quality of customer service in supply chain system: a diagnostic study", **International Journal of Quality & Reliability Management**, Vol. 15 No.8/9, pp.844-59.

Soliman and Alzaid ,(2002) " service Quality in Riyadh's Elite Hotels : measurement and Evaluation , " **journal of king saud university** , Vol . 14 . PP.84-85 .

Soltani, Ebrahim, & Meer, Robert van der, & Williams, Terry M. (2005). A Contrast of HRM and TQM Approaches to Performance Management: Some Evidence, **British Journal of Management**, 16 (3).

Stipak, B. (1974) **Citizens Evaluations of Municipal Services in Los Angelos Country**, Los Angelos: Institute of Government and Public Affairs, U.S.A.

Sureshchander, G.S., Rajendran, C., Anatharaman, R.N. (2002), "The relationship between service quality and customer satisfaction – a factor specific approach", **Journal of Services Marketing**, Vol. 16 No.4, pp.363-79.

Teas, K.R. (1993), "Expectations, Performance Evaluation, and Consumers' Perceptions of Quality", **Journal of Marketing**, Vol.57, 18-34.

Tom Redman & et.al,(1995) " Quality management in services : is the publice sector keeping pace ? **International journal of public sector management** , Vol,8, No.7 , PP. 21-23 .

Victoria Konidari, Yvan Abernot (2006), "From TQM to learning organisation: Another way for quality management in educational institutions", **International Journal of Quality & Reliability Management**, Vol.23, No. 1, pp.256-274.

Vouzas F., Psychogios A.G. (2007), "Assessing managers' awareness of TQM", **The TQM Magazine**, Vol.19, No. 1, pp.146-168.

Wisniewski , mik, and Donnelly , mike ,(1996) " Measuring Service Quality in the public sector : The potential for servqual " **Total quality management** , Vol .7 , issue 4, P357 .

ملحق (أ)

استبانة الدراسة

ملحق رقم (1)

بسم الله الرحمن الرحيم

أخي المستجيب....... أختي المستجيبة

السلام عليكم ورحمة ا وبركاته؛

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة بعنوان (اتجاهات العملاء والعاملين لجودة الخدمة المدركة في شركة الاتصالات السعودية بمنطقة تبوك) وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإدارة العامة– جامعة مؤته، ارجو الإجابة على أسئلة الاستبانة بموضوعية ودقة، شاكراً تعاونكم، مؤكداً لكم أن المعلومات التي سنحصل عليها لن تستخدم إلا لغايات البحث العلمي.

وشكراً لكم مع التقدير

الباحث

فهد مشهور العنزي

الجزء الأول: البيانات الشخصية

يرجى وضع إشارة (×) أمام رمز الإجابة الصحيحة

1- النوع الاجتماعي ( ) ذكر ( ) أنثى

2- العمر ( ) 25 سنة فما دون ( ) من 26- 35 سنة

( ) 36- 46 سنة ( ) 47 فأكثر

3- الحالة الاجتماعية ( ) أعزب ( ) متزوج

4- المؤهل العلمي ( ) الثانوية العامة فما دون ( ) دبلوم متوسط

( ) بكالوريوس ( ) دراسات عليا

5- المسمى الوظيفي ( ) مدير ( ) مساعد مدير

( ) رئيس قسم ( ) رئيس شعبة

( ) موظف

6- الخبرة ( ) خمس سنوات فأقل ( ) 6-10 سنة

( ) 11-15 سنة ( ) 16 سنة فأكثر

الجزء الثاني: يرجى وضع إشارة (×) في المربع الذي يوافق خياركم مع العلم بأن تنطبق دائماً تعني (5)درجات وصولاً إلى لا تنطبق أبدا وتعني درجة واحدة.

الرقم	العبارة	تنطبق دائماً	ينطبق غالباً	ينطبق أحياناً	ينطبق نادراً	لا تنطبق أبداً
	الدليل المادي الملموس					
1.	يتوفر لدى الشركة معدات وأجهزة تقنية حديثة.					
2.	يتوفر لدى الشركة برمجيات حديثة.					
3.	يتوفر لدى الشركة مرافق مادية وتسهيلات ملائمة.					
4.	يبدو العاملون في الشركة على درجة عالية من حسن المظهر					
5.	يتلاءم المظهر العام للشركة مع طبيعة الخدمات المقدمة للعملاء.					

.6	تخضع المعدات المستخدمة في الشركة لصيانة دورية					
	الإعتمادية					
.7	تفي إدارة الشركة بالوعود التي تقطعها على نفسها تجاه العملاء كلما تعلق الأمر بها .					
.8	تبدى الشركة اهتماماً خاصاً بمشاكل العملاء وتحاول على ايجاد الحلول لها.					
.9	تحرص الشركة على تقديم الخدمة بالشكل الصحيح في المقام الأول.					
.10	تلتزم الشركة بالتوقيتات المحددة لتقديم خدماتها إلى العملاء.					
.11	تحتفظ الشركة بسجلات دقيقة وموثقة .					
.12	المعلومات المقدمة من الشركة تُمكن للعملاء الاعتماد عليها					
	قوة الاستجابة					
.13	يخبر العاملون في الشركة عملائهم بالضبط بكيفية تنفيذ الخدمة .					
.14	إن العاملين في الشركة على استعداد لتلبية طلبات العملاء فورا					
.15	إن العاملين في الشركة يرغبون دوماً بتقديم المساعدة للعملاء.					

الرقم	**العبارة**	**تنطبق دائماً**	**ينطبق غالباً**	**ينطبق أحياناً**	**ينطبق نادراً**	**لا تنطبق أبداً**
.16	الشركة دائماً مهتمة بتقديم المعلومات المطلوبة منها للعملاء.					
	الأمان والثقة					
.17	يغرس سلوك العاملين في الشركة الثقة في نفوس العملاء.					
.18	إنك تشعر بالأمان عند تعاملك مع العاملين في الشركة .					
.19	يتسم سلوك العاملين في الشركة باللباقة في تعاملهم مع العملاء.					
.20	يمتلك العاملون في الشركة المعرفة الكافية للإجابة على أسئلة العملاء واستفساراتهم .					

.21	يمتلك العاملون في الشركة المهارات الكافية لأداء وظائفهم بشكل جيد					
	التعاطفية					
.22	تولي الشركة الاهتمام المناسب لكل عميل					
.23	تضع الشركة المصلحة العليا للعميل في صاب اهتماماته .					
.24	تتفهم الشركة وتدعم حاجات محددة للعاملين لديها للقيام بمهامهم بشكل أفضل.					
.25	ساعات العمل في الشركة ملاءمة كونها على مدار الساعة.					
	خصائص الشركة					
.26	توفر الشركة تسهيلات لنقاهة وترفيه العملاء.					
.27	تخصص الشركة أماكن محددة للانتظار والمراجعة.					
.28	تطبق الشركة نظام محوسب للتعامل مع العملاء.					
.29	تستخدم الشركة عدد كافٍ من العاملين لتقديم خدمة أفضل للعملاء .					
.30	تستخدم الشركة عدد كافٍ من العاملين يتناسب وحجم العمل .					
.31	تستخدم الشركة نظام ومعلومات ومتابعة العملاء.					